



## คู่มือ การยกระดับการสื่อสารองค์กร



สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี



045-344579



สนง.พัฒนาสังคมฯ จังหวัดอุบลราชธานี



Line Official @478viheh



Line Official พม.อุบลราชธานี

E-mail : Ubonratchathani @ m-society.go.th



## สารบัญ

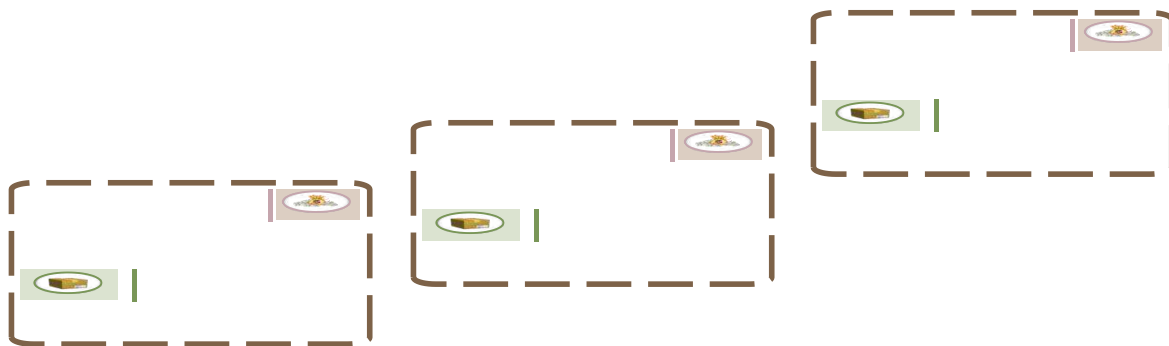
ความหมายของการสื่อสาร	๑
กระบวนการสื่อสาร	๒
การสื่อสารในองค์กร	๓
การสื่อสารแบบบนสู่ล่าง	๓
การสื่อสารแบบล่างสู่บน	๓
การสื่อสารระดับเดียวกัน	๔
การสื่อสารแนวทแยง	๔
การสื่อสารภายนอกองค์กร	๔
ทิศทางการสื่อสาร	๕
วิธีการสื่อสารในองค์กร	๖
การสื่อสารด้วยวาจา	๖
การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทาง	๖
การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร	๖
สื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร	๖-๗
การสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	๗-๘
ประโยชน์การสื่อสารต่อองค์กร	๙
๑๐ ประการที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร	๙
อุปสรรคการสื่อสารในองค์กร	๑๐
เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๑
การเขียนข่าว	๑๒
หลักการเขียนข่าว	๑๓
ภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๔-๑๖

## คำนำ

คู่มือเทคนิคการสื่อสารเล่มนี้ คณะผู้จัดทำได้เรียบเรียงเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร เพื่อให้บุคลากรของสนง.พมจ.อุบลราชธานี และผู้สนใจได้รับทราบถึงเทคนิคการสื่อสารภายในองค์กรและนอกองค์กรว่า มีวิธีการใดที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้กับองค์กร หรือภายในหน่วยงานของตนเองได้บ้าง ซึ่งในสนง.พมจ.อุบลราชธานี มีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง (Downward Communication) การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Upward Communication) การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) และการสื่อสารแบบต่างหน่วยงาน และต่างระดับ (Diagonal Communication) สำหรับวิธีการสื่อสารมีทั้งเป็นทางการ และไม่เป็นที่ทางการ สื่อต่าง ๆ ที่นำมาใช้ภายในหน่วยงานก็มีหลากหลายเช่นเดียวกัน แต่การสื่อสารของสนง.พมจ.อุบลราชธานีก็มีปัญหาเกี่ยวกับเนื้อหาของสารที่สื่อสารกันภายในหน่วยงาน เนื่องจากเนื้อหาสารบางครั้งได้รับสารมาไม่ครบถ้วน เวลาที่สื่อสารไปยังบุคลากรภายใน สนง.พมจ.อุบลราชธานี ก็สื่อความหมายผิดพลาด หรือสารที่ได้รับมีความคลาดเคลื่อน จึงทำให้งานที่มอบหมายไม่บรรลุเป้าหมาย ฯลฯ เป็นต้น

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกันภายในองค์กร ประกอบด้วยกันหลายส่วน ถึงแม้ว่าภายในองค์กรเองมีการแบ่งย่อยแบ่งสาขาอย่างหลากหลาย การมีวัฒนธรรม และพฤติกรรมสื่อสารในองค์กรที่ดีจะสามารถสร้างความมั่นคง และเหนียวแน่นเหมือนนาวาที่ยึดติดองค์กรให้คงอยู่ได้ ปัจจุบันผู้บังคับบัญชาจะติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาจะใช้วิธีการสั่งการในแนวดิ่ง ทำให้ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และบุคลากรภายในองค์กร ดังนั้นผู้บริหารที่ดีควรใช้ การสื่อสารสองทาง กับบุคลากรภายในองค์กร (Two -Way Communication) หรือบุคลากรกับบุคลากรภายในองค์กรเดียวกัน ก็ควรใช้การสื่อสารแบบสองทาง

ในการสื่อสารภายในและนอกองค์กรนั้น มีระดับการสื่อสารอยู่หลายระดับด้วยกันไม่จะเป็นการสื่อสารระหว่าง บุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจง การชี้แจงด้านเอกสาร วารสาร หรือระบบ Internet และ E - mail ภายในองค์กรการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ผู้บริหารและบุคลากร ควรเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย มิใช่การสื่อสารระดับผู้บริหารเท่านั้น บุคลากรทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายบริหารรับทราบ ข้อมูลที่สอดคล้องกันจึงจะสร้างภาพลักษณ์หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรได้ทั้งหมด ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดีควรให้ความสำคัญ ฉะนั้น การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจ และสร้างวัฒนธรรมตลอดจน สามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กร และบุคลากรทุกคนร่วมกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยบุคลากรทุกคนจะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี



## บทนำ



การสื่อสารองค์กรที่ดี ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร และนอกองค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงานการจัดการขององค์กร เป็นส่วนสำคัญ และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้การสื่อสารองค์กร จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้ หากการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรในองค์กรและนอกองค์กรเกิดความพึงพอใจ และเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น กระบวนการทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายจะต้องทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความร่วมมือและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำงานขององค์กร สามารถบรรลุเป้าหมาย และประสบผลสำเร็จด้วยดี

### ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจ ให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือเพื่อให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง



การติดต่อสื่อสาร เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารสำคัญและการสื่อความคิด ความรู้สึก ซึ่งกันและกัน การติดต่อสื่อสารเป็นการที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด หรือทัศนคติ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน การสื่อสาร เป็นกิจกรรมสำคัญที่มนุษย์ต้องการบอกผู้อื่นให้รู้ว่าตนเองต้องการอะไร ทำอย่างไรโดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสมให้เข้าใจตรงกัน ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร การอยู่ร่วมกันของมนุษย์เป็นหมู่เป็นพวกในสังคม ทุกคนจะมีหน้าที่ต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกัน ทำงานพร้อมกัน มีการติดต่อกัน ซึ่งต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันส่งผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของงาน การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดความล้มเหลวของงาน อิทธิพลของการสื่อสาร ส่งผลในการทำลายความสามัคคี หรือก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีได้

### ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

๑. เป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยทำให้สามารถ ทำงานได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยหลายฝ่าย หลายส่วนงานเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับองค์กร

๒. เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างความไว้วางใจต่อกัน โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานของผู้บริหาร

๓. การช่วยกันปฏิบัติภารกิจขององค์กรและมีการประสานงานระหว่างกัน พร้อมทั้งทำงานสอดคล้องกัน แม้ว่าจะต่างฝ่ายกันก็ตาม แต่เพื่อองค์กรเดียวกัน ผู้บริหารสามารถใช้การสื่อสารให้เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กรให้ได้

๔. การช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นเมื่อผสมผสานเข้ากันแล้ว สามารถช่วยทำให้เกิด การพัฒนาองค์กรได้ โดยเฉพาะพลังขับเคลื่อนที่นำโดยผู้บริหารที่รู้จักการสื่อสาร ภายในองค์กรเป็นอย่างดี

ดังนั้น การสื่อสารคือ เครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ถ้าผู้บริหารเปิดโอกาสให้ บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหาร ถ้าขาดการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะทำให้การ งานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิต แก่บุคลากรได้ การสื่อสารในองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจะ หลีกเลี่ยงได้และเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะเอื้อให้องค์กรประสบความสำเร็จ





ในการบริหารจัดการองค์กร แต่การสื่อสารที่ด้วยคุณภาพนั้นเป็นสิ่งที่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ และที่สำคัญซึ่งไปกว่านั้นก็คือ ผู้บริหารจัดการ และผู้นำทุกคนจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสาร (Communication) ในความเป็นจริงแล้วสิ่งที่ผู้บริหารจัดการ และผู้นำทำลงไปทุกอย่งนั้นเป็นการสื่อสารอะไรบางอย่าง โดยวิธีการบางอย่างถึงคนบางคนหรือบางกลุ่ม คำถามก็คือ สิ่งที่จะออกไปนั้นจะมีผลเช่นใด นั่นคือ ในการสื่อสารออกไปนั้นผลที่ตามมาคืออะไร เป็นไปตามเจตนาหรือไม่ ในการดำเนินธุรกิจนั้น การสื่อสารมีบทบาทหรือเราสามารถจะใช้ประโยชน์จากการสื่อสารใน ๔ ประเด็น หลัก ๆ คือ การควบคุมดูแล (Controlling) การจูงใจ (Motivation) การแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก (Emotional expression) และด้านข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ (Information)

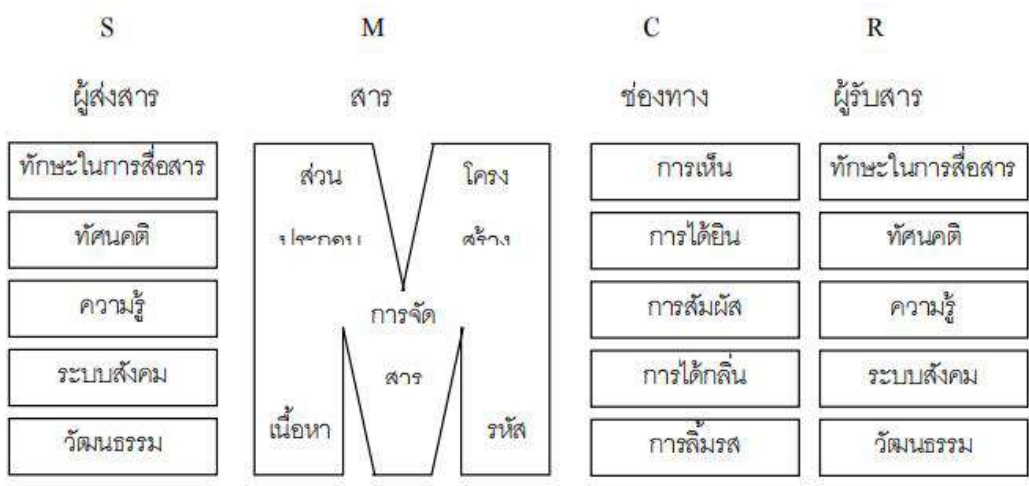
การสื่อสารในองค์กร มีลักษณะเป็นกระบวนการ (process) อย่างหนึ่งซึ่งเป็นการผ่านข้อมูลข่าวสารและ ความเข้าใจเพื่อที่จะให้ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลอื่นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการ ส่วนประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร (sender) ผู้รับข้อมูลข่าวสาร (receiver) ช่องทางการสื่อสาร (communication channel) และสัญลักษณ์ต่าง ๆ (symbols)



**กระบวนการสื่อสาร (Communication Process)**

กระบวนการสื่อสาร มีองค์ประกอบเป็นขั้นตอน ดังนี้

- ★ ๑. ผู้ส่งสาร ( Sender) ผู้บริหารถ้าต้องการจะติดต่อสื่อสารกับใครก็ตามจะต้องทำความเข้าใจเรื่องที่จะสื่อสารให้ชัดเจน สารที่จะส่ง ( Message) การติดต่อสื่อสารอาจจะใช้วิธีการพูดคุย ออกคำสั่ง บันทึกข้อความ ข่าวสาร รายงาน หรือสิ่งใด ๆ ก็ได้
- ★ ๒. ช่องทางหรือสื่อในการติดต่อสื่อสาร (Media / Source) คือ เครื่องมือหรือตัวกลางที่ข่าวสารสามารถเดินทางจากแหล่งที่กำเนิด อาจเป็นสัญญาณเสียงจากเครื่องขยายเสียง สัญญาณวิทยุ สัญญาณโทรทัศน์ Internet ทาง Website ทาง e – mail ต่าง ๆ
- ★ ๓. ผู้รับสาร (Receiver) จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะรับอย่างดี ต้องมีความคิดประสพการณ์ มีทักษะรวมถึงความสามารถในการถอดรหัส (Decoding) เพื่อให้เข้าใจข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งเป็นรหัส(Encoding) ได้ด้วย ซึ่งคุณภาพของการรับสารที่เกิดจากการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ



ภาพประกอบ ๑ แบบจำลองตามแนวคิดของเบอร์โล



## การสื่อสารในองค์กร

การใช้กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานนั้น ผู้บริหารจะต้องใช้การ สื่อสารทั้งที่เป็นทางการและ ไม่เป็นทางการ โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สอดคล้องกับสิ่งที่จะสื่อสารและบุคคลที่จะสื่อสาร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ การสื่อสารตามที่ต้องการได้อย่างแท้จริง



การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติอยู่เสมอไม่ว่าจะต้องตำแหน่งใดในองค์กร ทั้งในแง่ส่วนตัวบุคคลต่างๆ ก็ต้องมี การสื่อสารกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการทำงาน หรือเพื่อการประสานงานและความเข้าใจต่างๆ อย่างเหมาะสม และในแง่องค์กรการสื่อสาร จะช่วยสร้างและจรรโลงวัฒนธรรมขององค์กรให้ยาวสืบต่อไป และสร้างองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย การติดต่อสื่อสาร ขององค์กรประกอบด้วย ๒ กลุ่มใหญ่ๆ คือ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และการติดต่อสื่อสารภายนอก การสื่อสารภายในองค์กร มี ๔ ลักษณะ คือ จากบนลงล่าง (Downward Communication) จากล่างขึ้นบน (Upward Communication) การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) และการสื่อสารแบบต่างหน่วยงาน และต่างระดับ (Diagonal Communication)

● ๑. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจาก ผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะ ของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) รวมทั้งการประชุม (Meeting) ก็เป็นวาระที่ติดต่อกันได้ ในปัจจุบันการติดต่อจากบนมาล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มากคือ การประชุมงาน การจัดทำวารสารภายในตลอดจน พยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการของ องค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้าง สรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

● ๒. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มักจะสั้น และไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหาร เพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมินตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบกลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อ ก่ออาจจะสื่อข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหาร

การสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการดังนี้

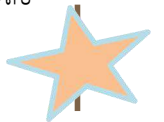
๒.๑ ทำให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน เช่น ปัญหาจากการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้บริหารจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐาน ในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กรด้วย

๒.๒ ทำให้ผู้บริหารได้รับทราบประสิทธิผลและปัญหาอุปสรรคจากบนลงล่าง

๒.๓ ช่วยทำให้พนักงานลดความกดดัน และความเครียดต่างๆ ลงได้ระดับหนึ่ง เพราะได้โอกาส สื่อสารให้ผู้บริหาร ได้รับทราบข้อมูลและปัญหา

๒.๔ การสื่อสารแบบนี้จะทำให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมและมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น จึงเพิ่มแรงยึดเหนี่ยวขององค์กร ให้สูงขึ้นได้

ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรส่งเสริมให้บุคลากรมีการสื่อสารกับผู้บริหารมากขึ้นในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้ เช่น จัดให้มีกล่อง รับความคิดเห็น จัดสำรวจทัศนคติของบุคลากรในเรื่องต่างๆ เช่น สำรวจความคิดเห็นด้านการ สื่อสาร , ประกาศนโยบายเปิดประตูกว้าง ให้สามารถเข้าพบผู้บริหารได้สะดวกขึ้น ,การประชุมนัดพิเศษ ,การ พุดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ







● ๓. การสื่อสารในแนวนอน (Later หรือHorizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตรเป็นกันเอง จะช่วยให้การประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กร เพราะได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน ทำให้เห็นโอกาสต่างๆ มากขึ้น

● ๔. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) เช่น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายการผลิตเพื่อแจ้งข้อมูลด้านกฎระเบียบที่ประกาศให้ใช้พนักงานได้ทราบ

สรุปได้ว่า ผู้บริหาร คือบุคคลที่สำคัญที่สุดในองค์กร ที่จะเลือกใช้กระบวนการสื่อสารอย่างใด อย่างหนึ่งให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร และสามารถเห็นความแตกต่างของบุคลากร โดยเฉพาะองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมากและต่างสาขาวิชาชีพ และจะต้องใส่ใจในรายละเอียดส่วนนี้ด้วย เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยส่วนงานหลายๆ ฝ่าย จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และเป็นการช่วยลดทอนปัญหาภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องรู้จักบุคคลกรในแต่ละฝ่ายให้มากขึ้น รู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี จึงจะเอื้อประโยชน์ให้กับองค์กรได้อย่างสมบูรณ์

### การสื่อสารภายนอกองค์กร

การสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประชาชน ชุมชนและสังคม โดยการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่น่าประทับใจ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของการทำงาน การให้บริการ และทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ช่วยรักษากลุ่มผู้รับบริการเก่า และยังเป็นการดึงดูดให้มีผู้รับบริการใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

- ผู้บริหารต้องมีการสื่อสารและทำความเข้าใจ ในเรื่องยุทธศาสตร์และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ โดยสื่อไปยังบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคลากรได้รับรู้เข้าใจและนำไปปฏิบัติ

- การสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทั้งรูปแบบการสื่อสาร แนวตั้ง แนวราบและข้ามสายงานโดยเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ทุกระดับมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นสะท้อนกลับ

- กระบวนการและช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุม เหมาะสมกับ ทุกกลุ่ม ทุกระดับ และเป็นการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

การประเมินผลการสื่อสาร การรับรู้และความเข้าใจวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าประสงค์ขององค์กร อันจะส่งผลให้การดำเนินการ บรรลุผลตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้

- ช่อง ทาง ใน ก า ร ให้ ข อ ม ล ข่า ว ส า ร ที่ มี ความหลากหลายและเข้าถึงลูกค้าผู้รับบริการ คู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยข้อมูลข่าวสาร ต้องมีความถูกต้อง เชื่อถือได้และทันกาล

- ช่องทางการรับฟังและเรียนรู้ความต้องการ ของลูกค้าผู้รับบริการ คู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีประสิทธิภาพ

- การสำรวจความพึงพอใจ และจัดทำรายงานผลความพึงพอใจ เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กร



- ระบบ/วิธีการ ในการเปิดช่องทางให้ประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง หรือลูกค้า คู่ค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา สังคมร่วมกัน
- กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้รับบริการ คู่ค้าและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย



การสื่อสารองค์กรเป็นกลยุทธ์ หรือกระบวนการที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับ นโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ รวมทั้งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่องค์กรนำมาใช้ในการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) และภาพลักษณ์ ขององค์กร (Corporate Image) กับบุคคลภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ประชาชนและสังคมได้อีกด้วย

### ทิศทางของการสื่อสาร

ประเภทของการสื่อสารตามทิศทางของการสื่อสารซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ

➡ ๑. การสื่อสารทางเดียว (One - Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยัง ผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถมีการตอบสนองในทันที (immediate response) ให้ผู้ส่งทราบได้ แต่ อาจจะมีปฏิกริยาสนองกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้ จึงเป็นการที่ผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที จึงมักเป็นการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชน เช่น การฟังวิทยุ หรือ การชมโทรทัศน์ เหล่านี้เป็นต้น

➡ ๒. การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมี โอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลิตกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต การสื่อสารสองทางสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องเกิดระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่อาจเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็ได้ และการตอบสนองก็ไม่จำเป็นต้องกระทำในทันที เช่น การที่เราไปเขียนคำถามทิ้งไว้บนเว็บบอร์ดหรือกระดานข่าว อาจต้องรอเวลาที่จะมีคนมาตอบหรือให้ ความเห็น ซึ่งก็จัดว่าเป็นการสื่อสารสองทางเช่นกัน





### วิธีการสื่อสารในองค์กร

๑. การสื่อสารด้วยวาจา (ภาษาพูด) คือ การพูดที่เป็นประโยค มีจังหวะจะโคน น้ำเสียงมีทั้งเบาและค่อย มีความเร็วหรือช้าของการพูด

๒. การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทาง (ภาษากาย) เช่น การกลอกตา การจ้องตา การพยักหน้า การก้มโค้งการแสดงออกทางสีหน้า การสัมผัส และการใช้มือ

๓. การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (ภาษาเขียน) ได้แก่ สัญลักษณ์และรูปภาพต่าง ๆ

การจะเลือกวิธีการสื่อสารนี้มีปัจจัยเกี่ยวข้องอีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ส่งและผู้รับ ตลอดจนเหตุการณ์แวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บางครั้งการสื่อความหมายอาจจะต้องใช้ทั้ง ๒ หรือ ๓ วิธีร่วมกัน เพื่อให้สื่อ นั้นมีน้ำหนัก และมีความหมายลึกซึ้งขึ้น และเมื่อมีการส่งสารแล้วยังต้องสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองกลับของผู้รับ เพื่อที่จะทำให้ทราบว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นบรรลุเป้าหมายเพียงใด ปฏิกิริยาตอบสนองกลับนี้ อาจจะมีทั้งพอใจ ไม่พอใจ หรือมีความเข้าใจมากน้อยเพียงใดอีกด้วย

### สื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร



สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่บุคลากร ภายในหน่วยงาน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนด ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

**สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)** เป็นสื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน หนังสือราชการ หนังสือสั่งการ หนังสือเวียน และหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสารสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มแจ้ง กันเฉพาะภายในหน่วยงาน ได้แก่ แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์

**สื่อบุคคล (Personal Media)** เป็นสื่อที่ใช้กันมากและนิยมใช้สื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดใน ชีวิตประจำวัน สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้ หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคม ยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด ชักนำความรู้สึนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิด ความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้น มี ๒ แบบ คือ

๑. แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การสัมมนา

๒. แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่าง ๆ ใน การพูดที่เป็นทางการนั้น

ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายจะมี

๒ ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย หรือ จุดมุ่งหมายที่ปิด



### ลักษณะของสื่อบุคคล

๑. การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป
๒. การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ ๓ คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน
๓. การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสาร และผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร
๔. การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและระเบียบวิธีทางการ ประชุม เช่นการยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม
๕. การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นใน เรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา
๖. การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา
๗. การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่างๆ



### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

อินทราเน็ต (Intranet) เป็นการติดต่อสื่อสารภายในภายนอกองค์กร อินทราเน็ตเป็นระบบเครือข่ายภายในที่ เชื่อมโยงเครือข่ายย่อยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และให้ทุกคนในองค์กรใช้ร่วมกัน อินทราเน็ตเป็นรูปแบบของระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในองค์กร เป็นการนำเทคโนโลยีของระบบอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ ในองค์กร การประยุกต์ใช้อินทราเน็ตในปัจจุบันได้รับการออกแบบมาเพื่อรองรับการทำงานที่หลากหลาย อาทิเช่น การจัดการ เอกสารข้อมูล, การตีพิมพ์และกระจายข่าวสาร, การจองห้องและอุปกรณ์, ห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room), เว็บบอร์ด (Web Board), อัลบั้มรูป, การจัดการสมุดรายชื่อและข้อมูลการติดต่อ และอื่นๆ อีกมากมาย โดย แนวโน้มการใช้งานของอินทราเน็ตในปัจจุบัน (พ.ศ. ๒๕๕๔) มีการดึงเอาเครือข่ายสังคม (social network) มาใช้ เพื่อเชื่อมต่อและช่วยประสานการทำงานของบุคลากรภายในบริษัทหรือองค์กรที่ตั้งอยู่ห่างไกลกัน ไม่ว่าจะเป็น สาขาหรือสำนักงานในส่วนภูมิภาคให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้พบว่าการนำเอาสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ใน องค์กรได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันสนับสนุนให้การทำงานของอินทราเน็ต เป็นมากกว่าเครือข่ายเฉพาะภายในองค์กรที่ใช้จัดเก็บเอกสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังสามารถดึงเอาแอปพลิเคชันต่างๆ เข้ามาใช้งานร่วมกับอินทราเน็ตได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

### สื่อกิจกรรมต่างๆ

สื่อกิจกรรมต่างๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระ หรือโอกาสต่าง ๆ ได้แก่ นิทรรศการ บอร์ดป้ายประชาสัมพันธ์ งานฉลองวาระวันเกิด การประกวด กิจกรรมการสานสัมพันธ์

### การสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรจะมีประสิทธิภาพได้นั้นประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างแต่ที่สำคัญก็คือเรื่องของคุณธรรม ทั้งผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานจะต้องมีคุณธรรมประจำใจอันได้แก่ ความจริงใจ การแสดงความจริงใจสามารถแสดงออกมาได้ ทั้งการพูดและการเขียน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาทั้งหมด เหมือนที่คิด แสดงออกมาเท่าที่จำเป็นและคิดว่าเหมาะสม เช่น การชมการวิจารณ์ และการแสดงความคิดเห็น



ความปรารถนาดี การแสดงความปรารถนาดีก็สามารถแสดงออกมาได้ทั้งการพูดและการเขียนได้เช่นกัน เช่น การให้คำปรึกษา การเสนอแนะ การท้าทายและการตักเตือน ความมีน้ำใจ การแสดงความมีน้ำใจเป็นศิลปะของการอยู่ร่วมกัน การรู้จักการให้และรู้จักการรับเป็นการแสดงถึงความมีน้ำใจ เช่น การให้ความช่วยเหลือ การขอความเห็น

**ประสิทธิภาพในการสื่อสารขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่**

- \* ๑. ระดับความรู้ (Knowledge) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีความรู้ใกล้เคียงกันในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารอาจง่ายต่อการทำความเข้าใจกัน
- \* ๒. ทักษะทัศนคติ (Attitude) การที่ต่างฝ่ายต่างมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งและการรับย่อมมีโอกาสพิจารณาตามความเป็นจริงได้ดีกว่าการมีทัศนคติเชิงลบต่อกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจด้วยอารมณ์ที่ไม่เหมาะสม
- \* ๓. ระดับสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural System) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เข้าใจระบบสังคม วัฒนธรรมของผู้ที่มาติดต่อกัน จะสามารถเลือกวิธี การจัดเนื้อหาสาระ รูปแบบที่ติดต่อกันให้สอดคล้องเหมาะสมได้ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ควรเลือกให้เหมาะกับบุคคลเป้าหมายของการติดต่อสื่อสาร



**การสื่อสารด้านการเจรจาโต้ตอบอย่างมีประสิทธิภาพ**

- ๑. รู้ขั้นตอนของการสื่อสาร มีความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และนำไปสู่การปฏิบัติให้ตรงตามเป้าหมายของการส่งสารได้ให้เกิด

ประสิทธิภาพ

- ๒. ใช้ภาษาธรรมดาที่เข้าใจประจำ
- ๓. รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเราจะสามารถรู้และเข้าใจจิตใจ รวมถึงความคิดซึ่งกันและกันเป็นอย่างดีสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าคู่

สื่อสารจะโต้ตอบอย่างไร

- ๔. เข้าใจภาษาท่าทาง
- ๕. เรียนรู้วิธีรับและวิธีให้ผลย้อนกลับ การศึกษาว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นผู้รับข่าวสารเข้าใจหรือไม่ และต้อง

รับแก้ไข หากการสื่อสารล้มเหลว ส่วนการตรวจสอบที่ใช้กันมากคือ “การดูผลย้อนกลับ” (Feedback) ซึ่งทำได้ โดยการเปิดโอกาสหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารย้อนกลับมาให้ได้สม่ำเสมอ

๖. พัฒนาศักยภาพฟังที่ดี ควรฟังทั้งความหมายของการพูด และการแสดงความคิดเห็นประกอบของผู้พูดและต้องดูว่ามีความหมายซ่อนอยู่ด้วยคำเหล่านั้นหรือไม่ ทักษะการฟังที่ดีสามารถลดความเข้าใจผิด ความขัดแย้งในการปฏิสัมพันธ์กับคน การใช้ความคิด การจับประเด็น ฝึกความจำและฝึกฝนการจดจำแนวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ควรแสดงความรำคาญไม่ยอมฟัง หรือฟังแบบขอไปที โดยไม่ได้สนใจในสิ่งที่ผู้อื่นพูดจริง ๆ เปลี่ยนเรื่องพูดหรือคุยเรื่องอื่นแทรกขัดจังหวะ ไม่ควรคิดเอาเองว่าเขาคงเข้าใจเหมือนอย่าง ที่ตนเองเข้าใจ ควรสื่อสารอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อให้มั่นใจว่าเขาเข้าใจในสิ่งที่เราพูดจริง ๆ



## ประโยชน์การสื่อสารต่อองค์กร

การติดต่อสื่อสารมีประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กร มีดังนี้

1. เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร คือ การแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กรต่อบุคลากรเพื่อให้บุคลากรสามารถ ประสานและบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน
2. เพื่อกระตุ้นและจูงใจ การจูงใจเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการทำงานของบุคลากร ในองค์กรจะได้รับการจูงใจและการกระตุ้นจากการสื่อสารองค์กรจะมีประสิทธิภาพหรือไม่จึงขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการชักจูงผ่านการสื่อสารดังกล่าว
3. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของบุคลากรในองค์กร และการทำงานขององค์กร ปัจจุบันองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงทำให้ต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานสม่ำเสมอเพื่อประเมินความก้าวหน้าของการทำงาน ดังนั้น กระบวนการสื่อสารจะต้องมีประสิทธิภาพและสมบูรณ์พร้อมมีการส่งข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งจะทำให้ องค์กรสามารถดำเนินงานไปในแนวทางที่ถูกต้อง
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในหมู่คณะ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากร หรือผู้บริหารกับผู้บริหาร บุคลากรกับบุคลากร ทั้งในสายการบังคับบัญชาที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการก็เกิดจากการสื่อสารระหว่างกันทั้งสิ้น การสื่อสารจึงเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และทำให้องค์กรดำรงอยู่และพัฒนาไปได้ใน ทุกสถานการณ์
5. เพื่อวินิจฉัยสั่งการ หน้าที่อย่างหนึ่งของฝ่ายบริหารก็คือการออกคำสั่งกับกลุ่มบุคคลที่อยู่ในองค์กร การออกคำสั่งดังกล่าวจำเป็นต้องใช้การสื่อสารที่รวดเร็ว แน่นนอนและถูกต้อง ดังนั้นถ้าผู้บริหารไม่ใช้การสื่อสาร ก็ไม่สามารถสั่งการหรือมอบหมายหน้าที่ให้พนักงานดำเนินการได้เลย

## ๑๐ ประการที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร

การดำเนินงานทุกอย่างในองค์กรนั้นต้องอาศัยบุคลากรผู้เกี่ยวข้อง การติดต่อสื่อสารนับได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะถ้าการติดต่อสื่อสารดี บุคลากรเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ก็จะทำให้การดำเนินงาน ทุกอย่างบรรลุเป้าหมายขององค์กร บัญญัติ ๑๐ ประการ ช่วยในการสื่อสารกับผู้ร่วมงาน ดังนี้

๑. แสวงหาความกระจ่างในเรื่องที่จะถ่ายทอดก่อนที่จะทำการติดต่อสื่อสารออกไปเพื่อช่วยให้การติดต่อสื่อสารชัดเจนขึ้น
๒. ตรวจสอบวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้งว่าต้องการส่งข่าวสารอะไรมีจุดมุ่งหมายอย่างไร
๓. พิจารณาเตรียมการเมื่อท่านจะติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมของบุคคล
๔. ปรีกษาหรือกับคนอื่นตามความเหมาะสม ในการวางแผน การติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เกิดความกระจ่าง
๕. จงระมัดระวังในขณะที่ทำการติดต่อสื่อสาร ทั้งด้านบุคลิกภาพและกายวาจาโดยสังเกตการตอบสนองจากผู้รับฟัง
๖. โอกาสแรกต้องแสดงถึงผลประโยชน์และการสร้างความสำคัญของผู้รับ (received)
๗. ติดตามผลการติดต่อสื่อสารของตนเองเพื่อนำมาปรับปรุง
๘. การติดต่อสื่อสารสำหรับพรุ่งนี้กับวันนี้ โดยยึดหลักว่า วันพรุ่งนี้ต้องดีกว่าวันนี้
๙. มั่นใจว่าการกระทำของตนเองสนับสนุนการติดต่อสื่อสารให้เกิดผลดี
๑๐. เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้รับความเข้าใจ ผู้สื่อสารควรตั้งใจฟังและสังเกตปฏิกิริยาของผู้รับเป็นสิ่งสำคัญ



### อุปสรรคการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรมักจะมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นตามมาด้วยหลายประการเช่นกัน สำหรับปัญหาที่มักเกิดขึ้นก็คือ

๑. การรับรู้ที่แตกต่างกัน การรับรู้ข่าวสารเดียวกันแต่ผู้รับแต่ละคนตีความไปแตกต่างกัน ก็จะทำให้เกิด ความคลุมเครือและสับสนได้ ดังนั้นในการสื่อสารทุกครั้งจึงควรมั่นใจว่าข่าวสารนั้นมีความชัดเจนที่จะทำให้ผู้รับแต่ละคนมีความเข้าใจตรงกัน

๒. การบิดเบือนข้อมูล การส่งข่าวสารผ่านกันเป็นทอด ๆ ผ่านคนจำนวนมากอาจทำให้ข้อมูลเกิดการตกหล่น หรือบางครั้งมีการปรุงแต่งข้อมูล จึงอาจทำให้ข้อมูลเกิดการบิดเบือนไปจากความเป็นจริงได้

๓. การกลั่นกรองข่าวสาร เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการสื่อสารในองค์กรก็คือ กรณีที่ผู้ให้ข่าวสารเลือกให้ ข่าวสารเฉพาะบางข่าวสารหรือเฉพาะบางส่วนของข่าวสารเท่านั้น เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกพอใจโดยไม่ให้ข่าวสารในส่วนที่เป็นลบหรือคิดว่าจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่พอใจและเกิดผลลบต่อตนเอง ดังนั้นจึงต้องมีการสร้างเขาใจอันดีระหว่างคน ในองค์กรเพื่อขจัดความกลัวในเรื่องของความผิดพลาดในการทำงาน

๔. จังหวะเวลาของการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารบางชนิดนั้นควรตั้งสื่อสารให้รับรู้พร้อมกันแต่ข่าวสารบางชนิดก็ควรสื่อสารให้รับรู้เมื่อถึงเวลา ดังนั้นจึงควรเลือกเวลาในการสื่อสารให้เหมาะสมการปรับปรุงการสื่อสารใน องค์กร



จากที่ได้กล่าวถึงอุปสรรคของการสื่อสารในองค์กร เราสามารถที่จะป้องกันปัญหาดังกล่าวได้ คือ

๑. การเป็นผู้ฟังที่ดี ผู้ฟังที่ดีนั้นจะต้องสามารถจับประเด็นของข่าวสาร จับความรู้สึกของผู้ให้ข่าวสาร สังเกตปฏิกริยา มีการตอบสนองและแสดงความรู้สึกในการสื่อสารกลับ

๒. การพัฒนาทักษะที่ดี ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารที่ดี จะสามารถช่วยปรับปรุงการสื่อสารภายใน องค์กรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ก็คือ สร้างความคิดให้ชัดเจนก่อนทำการสื่อสาร กำหนดเป้าหมายในการสื่อสาร ทุกครั้ง พิจารณาสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร ควรระวังการสื่อสารทางสีหน้า ท่าทาง และน้ำเสียง พยายามทำการสื่อสารกับผู้ร่วมงานในทุกครั้งที่มีโอกาส คอยติดตามผลการสื่อสาร อยู่เสมอ วางแผนการติดต่อสื่อสารทั้ง เรื่องที่จะทำทั้งในปัจจุบันและในอนาคต และควรปฏิบัติตามสิ่งที่ได้พูดไว้







## เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลสำคัญซึ่งเป็นเรื่องราว ที่น่าสนใจ ประชาชนให้ความสำคัญและสนใจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก สำหรับนักประชาสัมพันธ์ ข่าวก็คือ หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ที่จะรายงานภารกิจความก้าวหน้าของหน่วยงานให้สาธารณชนทราบ การเขียนข่าว เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และต้องมีเทคนิคในการสร้างความเข้าใจและความสนใจแก่ประชาชน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ยังขึ้นอยู่กับความถี่ของผลงานข่าวที่น่าสนใจในสื่อต่าง ๆ ข่าวสารนับเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งต่อการบริหารงานในองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการและหน่วยงานต่าง ๆ การมีข่าวสารที่ดีที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม การเลือกข่าวสาร สำหรับเผยแพร่จึงต้องกระทำด้วยความระมัดระวังให้องค์กรได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ข่าวสารทุกครั้ง ขณะเดียวกัน สิ่งที่ควรมองกับข่าวสารก็คือ เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสม ซึ่งต้องมีการเลือกให้ถูกต้องเช่นกัน ข่าวสารที่มีคุณค่าต่อสังคม และใช้เทคนิคในการเขียนให้สอดคล้องกับแบบฉบับของสื่อแต่ละประเภท ย่อมจะได้รับการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ลักษณะของข่าวที่ดี คือ ความกระชับ กะทัดรัด เขียนให้ตรงจุด ตรงประเด็น การเขียนจะต้องสื่อให้รู้เรื่อง ถูกต้องชัดเจน ต้องคำนึงถึงผู้รับเพราะผู้รับมีความแตกต่างกัน ต้องสื่อให้ถูกสถานที่ ถูกกลุ่มผู้ฟัง ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นข่าวสารซึ่งองค์กรสถาบันหรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งแจกจ่ายไปสู่หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในหน่วยงานเพื่อให้เกิดการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีในทัศนะของประชาชน ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนโยบายโครงการ กิจกรรมการดำเนินงาน ผลการปฏิบัติงาน ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กร



**นโยบายและแผนงาน** นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจแผนกลยุทธ์การตลาด แผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

**กิจกรรมการดำเนินงาน** งานของฝ่ายต่างๆในองค์กร รวมทั้งโครงการต่าง ๆ ที่องค์กรจะดำเนินการ

ได้ดำเนินการทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกันพันธมิตรทางธุรกิจ

**ผลการดำเนินงานในภารกิจ** โครงการ กิจกรรม โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายงาน ภายในองค์กร หรือบริษัทในเครือ

**ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ขององค์กร** เช่น การเงินทุน การแสดงผลประกอบการในรอบไตรมาส

รอบปี ข้อมูลรายงานตลาดหลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การขยายธุรกิจ การให้ขวัญและกำลังใจพนักงาน การให้สวัสดิการ การอบรมพนักงาน การจัดกิจกรรมชุมชน การช่วยเหลือสังคม การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี





### การเขียนข่าว (News Writing)

คือ กระบวนการใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงาน ข่าวในขั้นตอนการเขียนบอก เล่าข้อเท็จจริง (fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรับใช้หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่าง ไปจากการเขียนของนักเขียนทั่ว ๆ ไป เพราะการเขียนข่าวของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (truth) ของสังคมที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวมาช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ ส่วนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ก็พิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจต่อสถาบันให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์นำไปสู่ความร่วมมือ และความศรัทธาต่อองค์กร และสินค้าหรือการบริการขององค์กรในที่สุด

### เรื่องไหนเป็นข่าวได้บ้าง ?

ทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าว อธิบายความไว้ว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (reporting) ผ่านทางช่องทาง สื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal)

นักหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งชื่อ จอห์น บี โบการ์ท กล่าวว่า “เมื่อสุนัขกัดคนไม่เป็นข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้น บ่อย ๆ แต่เมื่อคนกัดสุนัข นั่นคือข่าว” คำกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าเรื่องราวที่ปกติ ไม่มีความน่าสนใจมากพอที่จะเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นเรื่องที่นานกว่าจะอุบัติขึ้นก็จะเป็นข่าวได้ง่าย อย่างไรก็ตาม เหตุผลเพียงเท่านี้ ก็ยังสรุปไม่ได้ เพราะเมื่อสุนัขกัดคนสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรี เหตุการณ์เช่นนี้กลับกลายเป็นข่าว ดังนั้น คำตอบของเรื่องราวที่เป็นข่าวจึงมีแนวทฤษฎีพื้นฐานไว้ว่า สิ่งที่จะเป็นข่าว (Element of news) ได้คือ สิ่งที่มีลักษณะ ดังนี้

- ➡ ความทันด่วนของข่าว (timeliness)
- ➡ ผลกระทบของข่าว (impact หรือ consequence) คือ มีนัย (significant) มีความสำคัญ (importance) มีความเด่น (prominence)
- ➡ ความใกล้ชิดของข่าวต่อผู้อ่านหรือผู้ชม (proximity) ทั้งทางกายและทางใจ
- ➡ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน หรือเรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” (talk of town)

ลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ตามทฤษฎีพื้นฐานของข่าวข้างต้น พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทาง ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็น แนวทางได้ เช่น เรื่องความขัดแย้ง เรื่องความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ นั้นเอง



## หลักการเขียนข่าวบนสื่อออนไลน์

ลักษณะการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ที่ดี การเขียนในที่นี้ หมายถึง การเขียนสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารเชิง การให้ข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข่าว หรือ บทความเชิงความรู้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง



เข้าใจง่าย ๆ เข้ามาแล้ว  
รู้ว่าทำอะไร  
จะไปไหนต่อ

- ให้สิ่งที่เขาอยากรู้
- ให้มากกว่าที่เขารู้
- ให้ในสิ่งที่เขาไม่รู้
- ให้อย่างมีประโยชน์

Grab & Go  
เข้ามา หาได้ เจอเลย ใช้ได้ด้วย  
ไปต่อได้ ทำอย่างอื่นได้ต่อ



- เขียนให้อ่านง่าย
- เขียนเพื่อให้หาเจอ
- เขียนให้นำเชื่อถือ
- เขียนให้มีคุณค่า

## ทำให้สั้น ให้เข้าใจได้เร็ว ด้วยภาษากึ่งทางการ

มีลักษณะของกึ่งทางการ พูดและสนทนา รวมถึงบอกให้เขาเข้าใจ และ ทำอย่างง่าย ๆ หมายความว่า ในการให้ข้อมูลไม่ควรต้องคิดเหมือนว่า คนอ่านเข้ามาเพื่อต้องการถามข้อมูลจากเรา ต้องการให้เราสอน ทำอะไรสักอย่าง ดังนั้น การจะทำให้เข้าใจได้ในเวลาสั้น ๆ จะจำเป็นต้องใช้ภาษาที่ง่าย เหมือนเรากำลังพูด หรือ อธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้ผู้อ่านได้ฟัง จะทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่าน และทำให้เข้าใจง่ายขึ้นด้วย นอกจากนี้ ในเว็บไซต์หรือบทความหน้านั้น ถ้าต้องการให้ผู้อ่านทำอะไร ไปที่ไหนต่อ ก็ต้องมีบอกไว้ อย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อการติดตามบทความ





### เรื่องต้องมีคุณค่า

คิดเสมอว่า คนอยากรู้อะไรถ้าจะอ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้น แล้วพยายามให้ข้อมูลที่สำคัญ และมีประโยชน์ต่อการค้นหา จะทำให้บทความมีคุณค่า ยิ่งเข้ามาอ่านแล้วได้อะไรกลับไป ยิ่งทำให้คนอยากติดตาม และกลับเข้ามาอยู่เสมอ



### เข้ามาถึง หาเจอ ได้ข้อมูล และไปต่อได้

มีลักษณะ “Grab & Go” คือ อยากรู้ได้ อยากรู้อะไร เข้ามาแล้วเจอเลยอย่างรวดเร็ว จากนั้น ก็มี function ที่จะบอกได้ว่า จะไปไหนต่อ จะทำอะไรต่อ หรือมีทางเลือกให้เขาว่าจะทำอะไรไปได้ หรือ ในอีกนัยคือ ทำเรื่องให้สั้น กระชับ เพื่อเข้ามาอ่านแล้วเจอเลย แบ่งเรื่องเป็นส่วนๆ คนอ่านจะได้เลือกเรื่องที่จะอ่าน ได้โดยไม่ต้องดูทั้งหมด และมีการทำลิ้งค์ (Link) ไปยังข้อมูลอื่นเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้อ่าน หรือ ใช้อุปกรณ์ ในการเลือกที่จะสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ หรือ เก็บข้อมูลไว้อ่านต่อในภายหลัง

ลักษณะการเขียนเพื่อบทความออนไลน์ที่ดีนี้ สามารถสร้างได้จากเทคนิคการเขียน และ การใช้ เครื่องมือต่าง ๆ ง่าย ๆ จำไว้ว่า เวลาจะเขียน ต้องคำนึงถึง “เขียนอย่างไรให้อ่านง่าย” “เขียนอย่างไรให้หาเจอ” “เขียนอย่างไรให้น่าเชื่อถือ” และ “เขียนอย่างไรให้มีคุณค่า”





### การจัดทำภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



**สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ศูนย์บริการคนพิการทั่วไป ประจำปี 2566** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับศูนย์บริการคนพิการทั่วไป ในจังหวัดจันทบุรี ให้มีองค์ความรู้และทักษะในการจัดบริการสำหรับคนพิการในระดับพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ สนับสนุนโดย กองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมอบรม เจ้าหน้าที่ศูนย์บริการคนพิการทั่วไป ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีจำนวน 72 แห่ง โดยมีนายสมเจตน์ เต็งมงคล รองผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี เป็นประธานพิธีเปิดการอบรม ณ ห้องประชุมวนารมย์ โรงแรมกิ่งจอร์จวัลดี รีสอร์ท อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ช่องทางประชาสัมพันธ์ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี

☎ 1300 ศูนย์ช่วยเหลือสังคม    f เฟซบุ๊ก สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี    📞 Line Official no. ๑๒๒๒๒๒๒๒







**พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี ได้มอบหมายให้นางสาววิณา แสงธรรม นักวิชาการเงินและบัญชี และนายธีรารเมษฐ์ โชตนมงคลภัทร์ นิตินกร ลงพื้นที่ตรวจสอบลูกหนี้เงินกู้ยืมเงินกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กรณีชำระเกินบัญชี จำนวน 52 ราย**

ช่องทางการติดต่อ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี



1300 ศูนย์ช่วยเหลือสังคม



สนง.พัฒนาสังคมฯ จังหัดอุบลราชธานี



Line Official @478viheh



Line Official  
พม. อุบลราชธานี





**พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี** มอบหมายให้ นางวิภารัตน์ ว่างสุทธิสมศรี นักสังคมสงเคราะห์ชำนาญการ เข้าร่วมการประชุมติดตามผลการดำเนินงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการเพิ่มทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษาภาคบังคับจังหวัดอุบลราชธานี เวลา 14.30 น. ณ ห้องประชุม ชั้น 2 อาคารอำนวยการ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน 7 อุบลราชธานี โดยมี นายสมศักดิ์ สุวรรณสุจริต ประธานผู้ตรวจการแผ่นดิน เป็นประธานการประชุม ได้รับฟังการรายงานปัญหา อุปสรรค และแนวทางปฏิบัติตาม UBISD MODEL เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ พร้อมเข้าตรวจเยี่ยมและให้กำลังใจผู้เข้ารับการฝึก รุ่นที่ 1/2566

ช่องทางการติดต่อ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี



1300 ศูนย์ช่วยเหลือสังคม



สนง.พัฒนาสังคมฯ จังหวัดอุบลราชธานี



Line Official @478viheh



Line Official  
พ.ม. อุบลราชธานี