

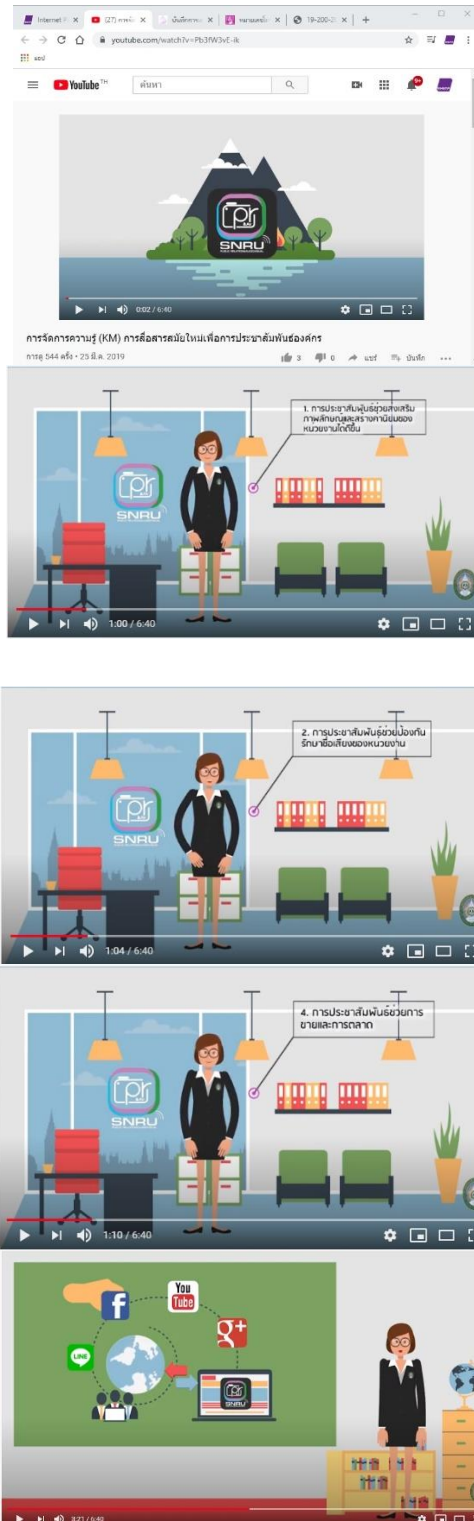


บันทึกการเล่าเรื่อง  
เรื่อง การสื่อสารสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์  
วันที่ 6 มีนาคม 2563  
ณ กองสื่อสารองค์การ

ผู้เล่า	รายละเอียดของเรื่อง	สรุปความรู้ที่ได้
นางสาวมารศรี สรรพนา เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป กองสื่อสารองค์การ  วันที่บันทึกเรื่องราว 6 มีนาคม 2563	<p>การพัฒนาความรู้เป็นเรื่องที่สำคัญ โดยเฉพาะการพัฒนาความรู้ที่ตรงกับงานที่ปฏิบัติ จะเพิ่มศักยภาพให้กับงานที่ปฏิบัติมากยิ่งขึ้น กองสื่อสารองค์การ มีหน้าที่ มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบ การบริหารจัดการด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผ่านช่องทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัย บุคลากรในหน่วยงานควรทำความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น</p> <p><u>เริ่มต้นด้วยการอธิบายความสำคัญของการประชาสัมพันธ์</u></p> <p>การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีความสำคัญต่อหน่วยงานหรือธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็น การส่งเสริมภาพลักษณ์ การสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น การป้องกัน และรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และส่งผลไปยังการขาย การตลาด ให้แก่บริษัท</p> <p>การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยปัจจัยในหลายด้าน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ผู้ส่งเป็นผู้กำหนดข้อมูลข่าวสาร คือ บุคคล หรือหน่วยงานที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร</li><li>2. สาร หมายถึงข้อมูลที่ต้องการสื่อสารออกไป ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบภาพ ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์</li><li>3. สื่อ หรือ ช่องทาง นับได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เป็นตัวกลางในการนำข้อมูลไปสู่ผู้รับสาร</li><li>4. ผู้รับสาร บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้เปิดรับข่าวสาร</li></ol> <p>ปัจจุบันการค้นหาข้อมูลทำได้ง่าย เพียงสัมผัส ทำให้กระบวนการในการรับข่าวสารเปลี่ยนรูปแบบไปจากการสื่อสารแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง ตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในรูปแบบใหม่นั้นก็คือ ช่องทางการสื่อสาร หรือสิ่งส่งคมออนไลน์ หรือปัจจุบันเรียกกันว่า “สื่อใหม่” ที่สามารถบันทึกข้อมูลของผู้รับสารได้อย่างละเอียด เช่น อายุ บุคลิก การศึกษาหรือแม้กระทั่งทัศนคติ ไว้ได้อย่างเป็นระบบ หน่วยงานควรเลือก</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสาร ในยุคปัจจุบัน มากยิ่งขึ้น</li><li>2. เป็นแนวทางในการนำสื่อใหม่มาใช้เพื่อการสื่อสารที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น</li></ol>

ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ  
ประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงาน  
ข้อมูลจากการจัดการความรู้ (KM) การสื่อสารสมัยใหม่เพื่อการ  
ประชาสัมพันธ์องค์กร

<https://www.youtube.com/watch?v=Pb3fW3vE-ik>



--	--	--