

ผลการดำเนินงานจัดการความรู้ในการพัฒนางานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 12 ยะลา

1. ความเป็นมา

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ถือเป็นหัวใจสำคัญ ของการพัฒนางานองค์กร ด้วยภารกิจหลักของศูนย์อนามัยที่ 12 ยะลา ที่เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนานามัยสิ่งแวดล้อมของเขต 12 เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพดี การสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่จะเผยแพร่ความรู้ ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาพดี จากสภาพการณ์ปัจจุบัน ศูนย์อนามัยที่ 12 ยะลา ได้เข้าสู่ยุคการทำงานบนฐานความรู้(Knowledge Based) โดยมีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นเครื่องมือในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ งานสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงได้นำการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนางาน พัฒนาบุคลากร และพัฒนางานองค์กร ให้ก้าวสู่ องค์กรหลักในการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนานามัยสิ่งแวดล้อมของเขต 12 เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพดี

การดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ความเสี่ยงด้านสุขภาพ ให้ประชาชนมีการรับรู้ มีทัศนคติที่ดี พฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม โดยศูนย์อนามัยที่ 12 ยะลา มีรูปแบบและวิธีการสื่อสารดังนี้

- การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล เช่น แพทย์ พยาบาล นักวิชาการ นักจัดรายการวิทยุ เป็นต้น
- การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น
- การสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ จัดกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่างๆ
- การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว คู่มือ ป้ายผ้า เป็นต้น
- การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media) เช่น Face Book Web blog เป็นต้น

จากการดำเนินงาน พบว่า องค์ความรู้สำหรับเผยแพร่ในรูปแบบ บทความเผยแพร่ ข้อมูลวิชาการ บทเรียนความสำเร็จการดำเนินงานมีน้อย ซึ่งในความเป็นจริง ความรู้ในหน่วยงานมีมากมายกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล และเอกสารคู่มือ บทความต่างๆ ในแต่ละปีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ก็เกษียณอายุราชการ โยกย้าย ลาออก องค์ความรู้ที่สั่งสมมาในแต่ละบุคคล ก็สูญหายไปพร้อมกับการจากไปของบุคลากร รุ่นแล้วรุ่นเล่า จะทำอย่างไรให้องค์ความรู้ที่สั่งสมมาในแต่ละบุคคล ก็สูญหายไปพร้อมกับการจากไปของบุคลากรมีการดึงออกมาใช้ประโยชน์ หรือรวบรวมออกมา และมีการนำไปใช้ประโยชน์ประกอบกับงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มีจำกัด จึงทำให้เกิดแนวคิดว่า ทำอย่างไร จึงจะนำเอาความรู้ที่มีของบุคลากรมาจัดเก็บ รวบรวม และหาพัฒนารูปแบบ วิธีการสื่อสาร และสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของการนำจัดการความรู้ มาพัฒนางานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป้าหมายของการจัดการความรู้

- เพื่อพัฒนารูปแบบ วิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ
- พัฒนาทักษะในการเขียนบทความของบุคลากร
- เพื่อผลิตองค์ความรู้สำหรับเผยแพร่และเป็นประโยชน์
- เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการจัดการความรู้

1. การบ่งชี้ความรู้
 - ทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายของหน่วยงาน
 - มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ประชุมวิเคราะห์ปัญหา หาจุดแข็งจุดอ่อน ปัญหาอุปสรรค หาแนวทางการพัฒนางานสื่อสารรูปแบบ วิธีการสื่อสาร และสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ
2. การแสวงหาความรู้
 - สร้างความรู้ใหม่ แสวงหาความรู้
 - จัดอบรมเพิ่มทักษะการเขียนบทความแก่บุคลากร
 - ศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง จากเว็บไซต์ และอบรมพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
 - การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในทีมเพื่อพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพ
3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ
 - การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ เช่น การเขียนบทความ การถอดบทเรียนความสำเร็จ
4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้
 - จัดการความรู้และปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน มีความสมบูรณ์ ไม่ซ้ำซ้อน มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ
5. การเข้าถึงความรู้
 - การทำให้ผู้ใช้ความรู้เข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก โดยการสร้างช่องทางการเผยแพร่ความรู้ ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา เช่น แฟนเพจ Face Book Web blog เป็นต้น
6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้
 - จัดทำเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น บทความเผยแพร่ สารคดี สปอตวิทยุ อินโฟกราฟฟิค เป็นต้น
7. การเรียนรู้
 - นำความรู้ขององค์กร เผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

2. ความแตกต่างระหว่างกระบวนการ

ก่อน	หลัง
<ul style="list-style-type: none"> - ต่างคนต่างทำ ไม่มีการบันทึกเขียน เก็บรวบรวมองค์ความรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการประชุมทบทวนการทำงาน วางแผนระดมสมองหาแนวทางให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้เป็นรูปธรรมนำไปใช้ประโยชน์ได้กำหนดเป็นข้อตกลงให้นักวิชาการ แต่ละกลุ่มงานผลิตองค์ความรู้ในรูปแบบบทความเผยแพร่อย่างน้อยกลุ่มงาน ละ 2 เรื่องต่อเดือน - เสนอเป็นข้อตกลงร่วมกันแก่ผู้บริหารศูนย์ฯ หัวหน้ากลุ่มงานรับทราบ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างจริงจังต่อเนื่อง - การจัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะการเขียนบทความและเรื่องเล่า - มีการจัดเวทีพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น - มีการกระตุ้นติดตามงานอย่างต่อเนื่อง - ติดตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการปฏิบัติตามแนวทางจัดการความรู้ใหม่ที่ดีขึ้นกว่าวิธีเดิมอย่างไร

ก่อน	หลัง
	<p>ผลสัมฤทธิ์ของงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีจำนวนบทความเผยแพร่เพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน - มีบทสัมภาษณ์นักวิชาการ, แพทย์เชี่ยวชาญ - เกิดสื่อใหม่ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ได้แก่ Info Graphic สารคดีวิทยุ สารคดีโทรทัศน์ - เกิดช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย ทันสมัยไม่ใช้งบประมาณ เช่น Facebook You tube เป็นต้น - ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย <p>บุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดจิตสำนึกที่ดี และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการสื่อสารความรู้ด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น <p>ความรู้ของบุคลากรและองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการเก็บรวบรวม จัดระบบและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ <p>องค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ - มีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ องค์กรความรู้กิจกรรมผ่านสื่อที่หลากหลาย ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

4. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาต่อยอด

1. การส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานจากผู้บริหาร กำหนดเป็นนโยบายการทำงานขององค์กร ในการนำเอาความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) มาจัดเก็บ และเผยแพร่ต่อไป
2. การถอดบทเรียนความสำเร็จทุกงาน เป็นเอกสารหรือบทความ คู่มือ นำมาผลิตเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจ เข้าใจได้ง่าย