



# แนวทางและแผนงาน

**“การสื่อสารเชิงรุก เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร  
ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน”**

**สำนักพัฒนาองค์ความรู้และสื่อสารองค์กร**

GUIDELINE



# สถานการณ์ภายนอก



- กรรมการงบประมาณ --> พิจารณางบประมาณประจำปี
- พรรคการเมือง --> รัฐบาล - ฝ่ายค้าน
- กพร. --> การวัดความคุ้มค่าขององค์การมหาชน
- สตง. / ปปช. --> ระบบงบประมาณ/ความโปร่งใส
- สมาชิกชุมชน/องค์กรชุมชน --> ร้องเรียนการทำงาน/การเสนอโครงการ/งบประมาณผ่านหน่วยงานและสื่อสาธารณะต่างๆ
  - \* บมค.
  - \* สวัสดิการชุมชน

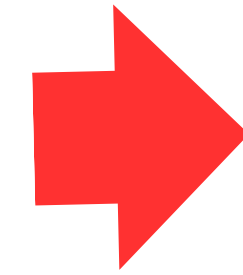


**ภาพลักษณ์ พอช. เสี่ยงหาย!!**

# สถานการณ์ภายใน

- มีการจัดทำ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อสาธารณะ
- มีการวางแผนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน และวิเคราะห์
- นำเสนอข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบหรือช่องทาง
  - สื่อสิ่งพิมพ์
  - สื่อวิทยุ
  - สื่อโทรทัศน์
  - สื่อ Social Media
- งบประมาณด้านการสื่อสารองค์กร = **1,335,000 บาท**
  - ผลิตสื่อ(ไดอารี่/นิตยสาร/แผ่นพับ/วีดิทัศน์ ฯลฯ)
  - สื่อออนไลน์ (สื่อสาธารณะ)
  - **ทำความร่วมมือกับ NBT**
- ประเด็นงานสำคัญยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสาร

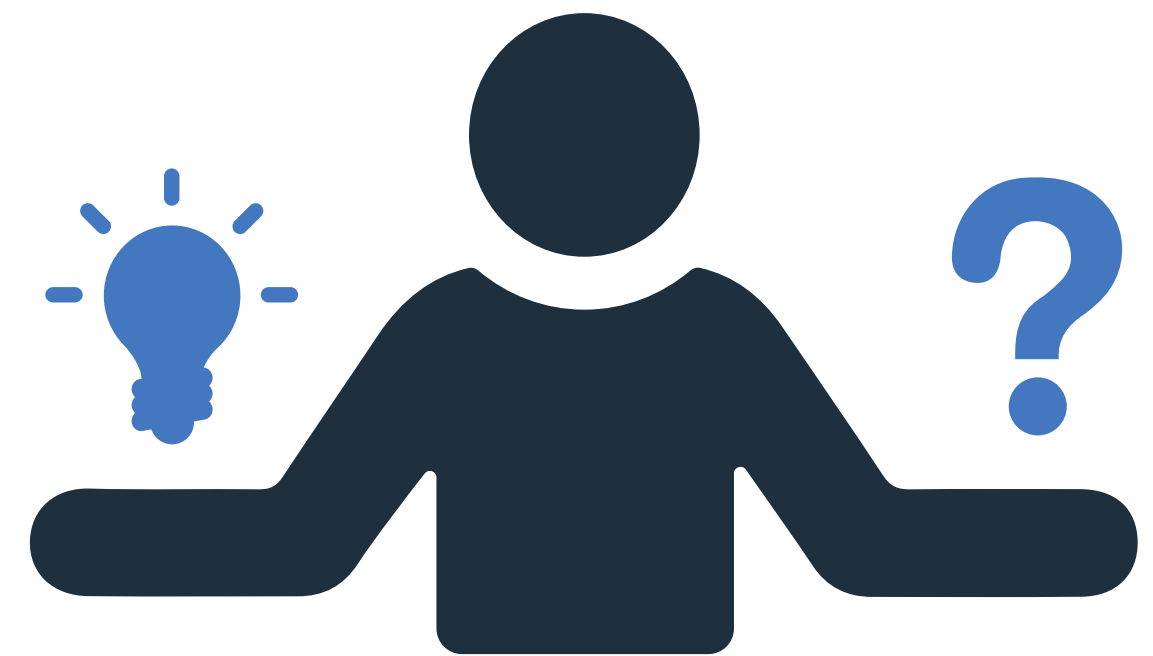
**ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงาน**



**4 ด้าน**

**ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของ พอช.**

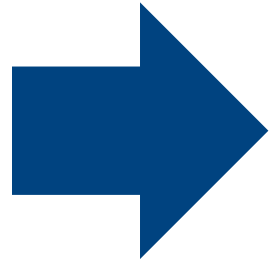
- 1. การให้ความสำคัญต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์**
- 2. การสนับสนุนงบประมาณ**
- 3. ระบบฐานข้อมูลที่นำมาสู่การสื่อสาร**
- 4. บุคลากรด้านการสื่อสาร**



# กรณีตัวอย่าง ปี 2567 : ร้องเรียนผ่านหน่วยงาน และสื่อมวลชน

## 1. กรณีชาวชอยงามวงศ์วาน 59 ร้องเรียน โครงการบ้านมั่นคงริมคลองเปรมประชากร

เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2567 เวลา 10.00 น. นายศรีสุวรรณ จรรยา ผู้นำองค์กรรักชาติและแผ่นดิน พร้อมด้วยชาวบ้านชอยงามวงศ์วาน 59 ได้นำหนังสือร้องเรียน ถึงนายวราวุธ ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรณีมีการโค่นต้นไม้ รวมทั้งการรื้อถนนซึ่งเป็นทางสาธารณประโยชน์ บริเวณปากชอยงามวงศ์วาน 59 ซึ่งเดิมเป็นสวนสาธารณะของชาวชุมชน เพื่อจะก่อสร้างโครงการบ้านมั่นคงซึ่งดำเนินการโดย สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) หรือ พอช. และออกสื่อสาธารณะในช่องทางต่างๆ



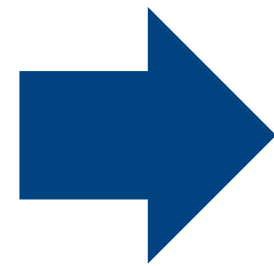
**พอช. ชี้แจงกรณีชาวชอยงามวงศ์วาน 59 ร้องเรียน โครงการบ้านมั่นคงริมคลองเปรมประชากร ดังนี้**

1. ผบ. ร่วมออกสื่อเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง
  - วันที่ 25 ม.ค. 67 พอช.ร่วมชี้แจงเรื่องนี้ที่แนวหน้าออนไลน์ พร้อมกับคุณศรีสุวรรณดีฝ่าย(โฟนอิน)
  - วันจันทร์(29 ม.ค. 67) ช่วงบ่าย สัมภาษณ์รายการสถานีประชาชน THai PBS
2. พอช. แจ้งท่านเลขาธิการเนคผล ในการสรุปข้อเท็จจริงตามประเด็นที่ร้องมา แล้วจะดำเนินการส่งให้ พม.เป็นทางการต้นสัปดาห์หน้า/วันจันทร์
3. การดำเนินการในพื้นที่ หน่วยงานยังคงเดินหน้าตามปกติ ตอนนี้ กทม. กำลังสร้างถนนใหม่ และสร้างเขื่อนริมคลอง ส่วนบ้านมั่นคงคาดว่าจะเริ่มสร้างประมาณ มี.ค. 67

# กรณีนี้คือการเมืองชกถามประเด็นบ้านมั่นคง บันทึกวีดิโอ และเผยแพร่ผ่านสื่อ Social Media

## 2. กรณีพรรคก้าวไกล (สส.แบงค์) ชกถามกรณีบ้านมั่นคงกับ พอช.

**ในการประชุมคณะอนุ  
กรรมาธิการด้านสังคม  
มีการเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
ร่วมประชุม และมี สส.พรรคก้าว  
ไกล (สส.แบงค์) ชกถามกรณี  
บ้านมั่นคง กับ พอช.  
โดยมีการบันทึกวีดิโอ และเผยแพร่  
ผ่านสื่อ Social Media**

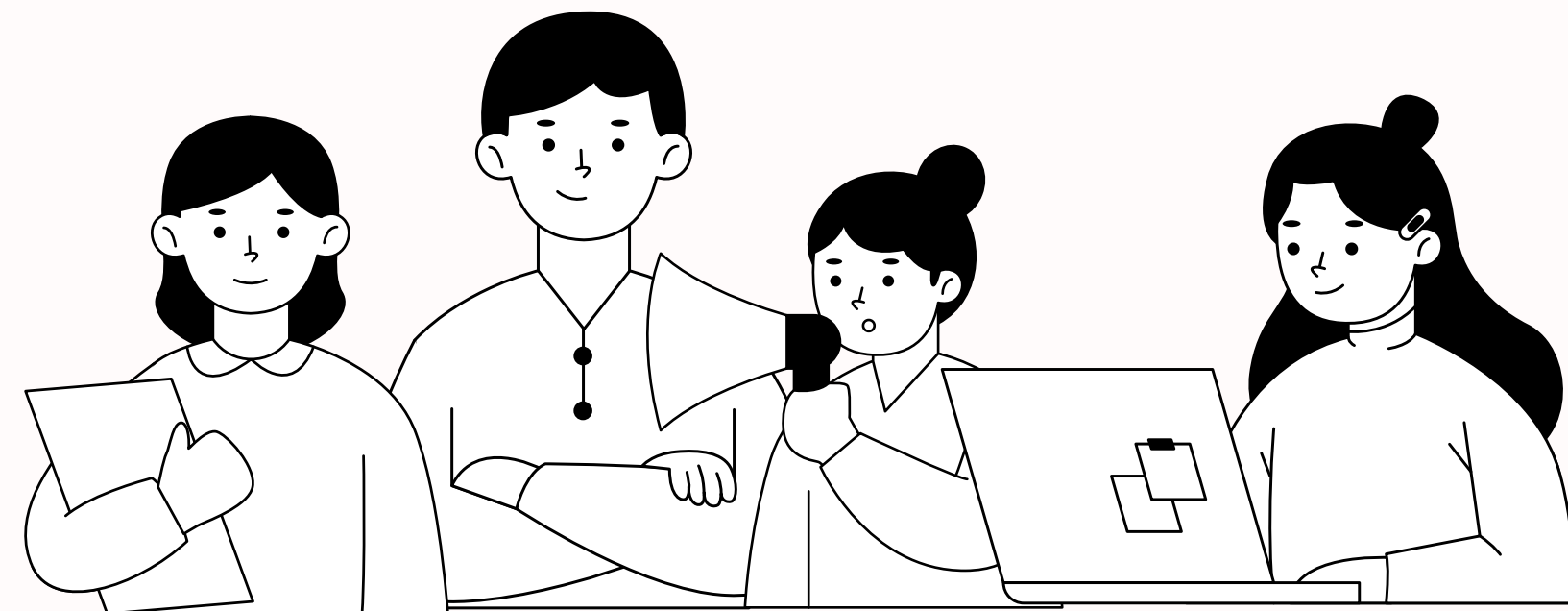


- 1. พอ.มีนโยบายให้ทำการสื่อสารผ่านช่องทาง Social Media**
- 2. งานสื่อสารองค์กร จัดทำคลิป จากที่ลงพื้นที่ และถ่ายเก็บไว้ เผยแพร่ภารกิจงาน พอช. + บทสัมภาษณ์ชาวบ้าน เผยแพร่ในช่องทาง Social Media**

# แนวทางการและแผนงาน

“การสื่อสารเชิงรุก เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร  
ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน”

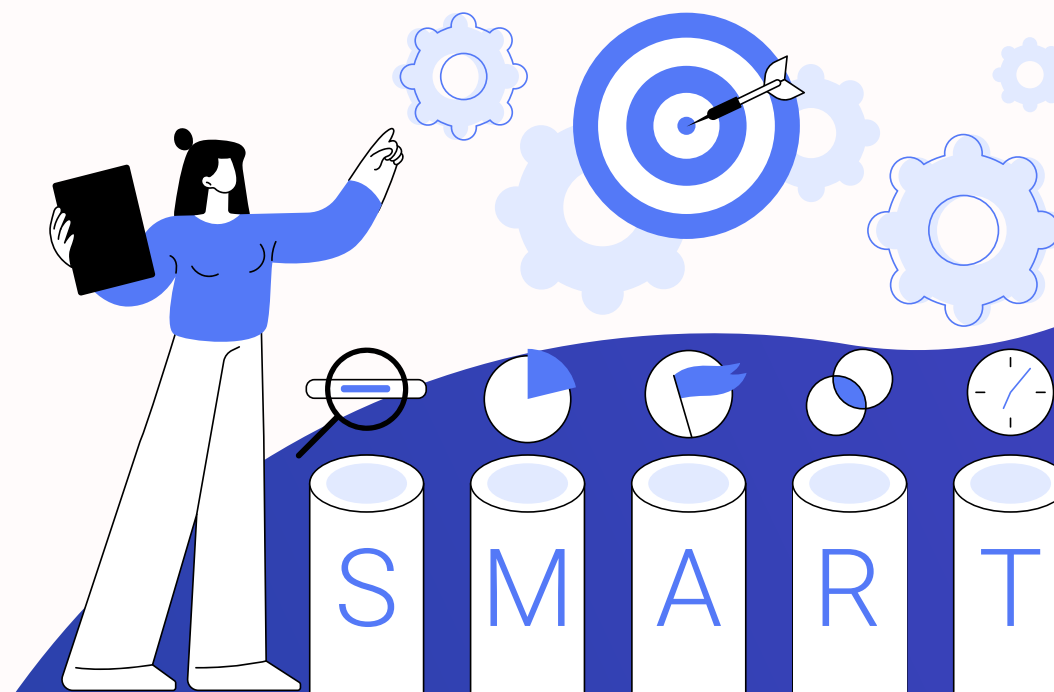
- **On-Hand (Policy brief)**
- **On Ground**
- **On Air**
- **On Line**



# วัตถุประสงค์

1. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ สร้างภาพลักษณ์สถาบัน พัฒนาองค์กรชุมชนฯ ที่ 'มุ่งสร้างความเข้มแข็งองค์กรชุมชน' ผ่านโครงการและ กิจกรรมต่างๆโดยชุมชนเป็นแกนหลักในการพัฒนา
2. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก ชี้แจงและสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมาย (พรรคการเมือง หน่วยงานต่างๆ ชุมชนสาธารณชน สังคม สื่อมวลชน)
3. เพื่อลดผลกระทบจากฎกรรองเรียนและการโจมตี

**GOALS AND  
OBJECTIVES**



**80%**



# รูปแบบ / วิธีการดำเนินงาน



## 1. การตั้งกลไกเพื่อกำกับ ออกแบบ ขับเคลื่อน :

- จัดตั้งคณะทำงานรับผิดชอบงานสื่อสารเชิงรุก ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ เป็นประธานคณะทำงาน คณะทำงานประกอบด้วย ทีมผู้บริหาร (รองผู้อำนวยการ/ผู้ช่วยผู้อำนวยการ) โฆษกสถาบัน สำนักพัฒนาองค์ความรู้และสื่อสารองค์กร สำนักเทคโนโลยี ผู้แทนสำนักต่างๆ และผู้แทนสำนักงานภาค 5 ภูมิภาค
- จัดประชุมเพื่อติดตามวิเคราะห์สถานการณ์ นโยบายสำคัญ รูปธรรมความสำเร็จ ตลอดจนความเสี่ยงที่อาจจะมีเรื่องร้องเรียน เพื่อกำหนดกิจกรรม/ประเด็นในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสำคัญตามภารกิจของสถาบัน ในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงการเตรียมแผนดำเนินยุทธวิธี 'ตัดไฟแต่ต้นลม' (รวบรวมเอกสาร หลักฐาน เรื่องร้องเรียน ข้อมูลที่พร้อมชี้แจง ชี้แจงตามช่องทาง การแก้ไขปัญหาตามเรื่องร้องเรียน ระงับเรื่องร้องเรียน) โดยประชุมผ่านระบบชุมหรือออนกราว์ อย่างน้อย 2 ครั้ง/สัปดาห์ หรือตามสถานการณ์เร่งด่วน
- เข้าพบ ชี้แจง หูตคุยกับกลุ่มเป้าหมาย กรณีที่อาจจะมีเรื่องร้องเรียน
- เมื่อมีเรื่องร้องเรียนคณะทำงานจะต้องรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อชี้แจงตามช่องทางที่มี ได้ภายใน 24 ชั่วโมง นับแต่มีเรื่องร้องเรียน เช่นชี้แจงเป็นข่าว แลกเปลี่ยน คลิปวีดิโอผ่านเพจสถาบันฯ สื่อมวลชน สื่อกระดาษ พม. ฯลฯ

A

B

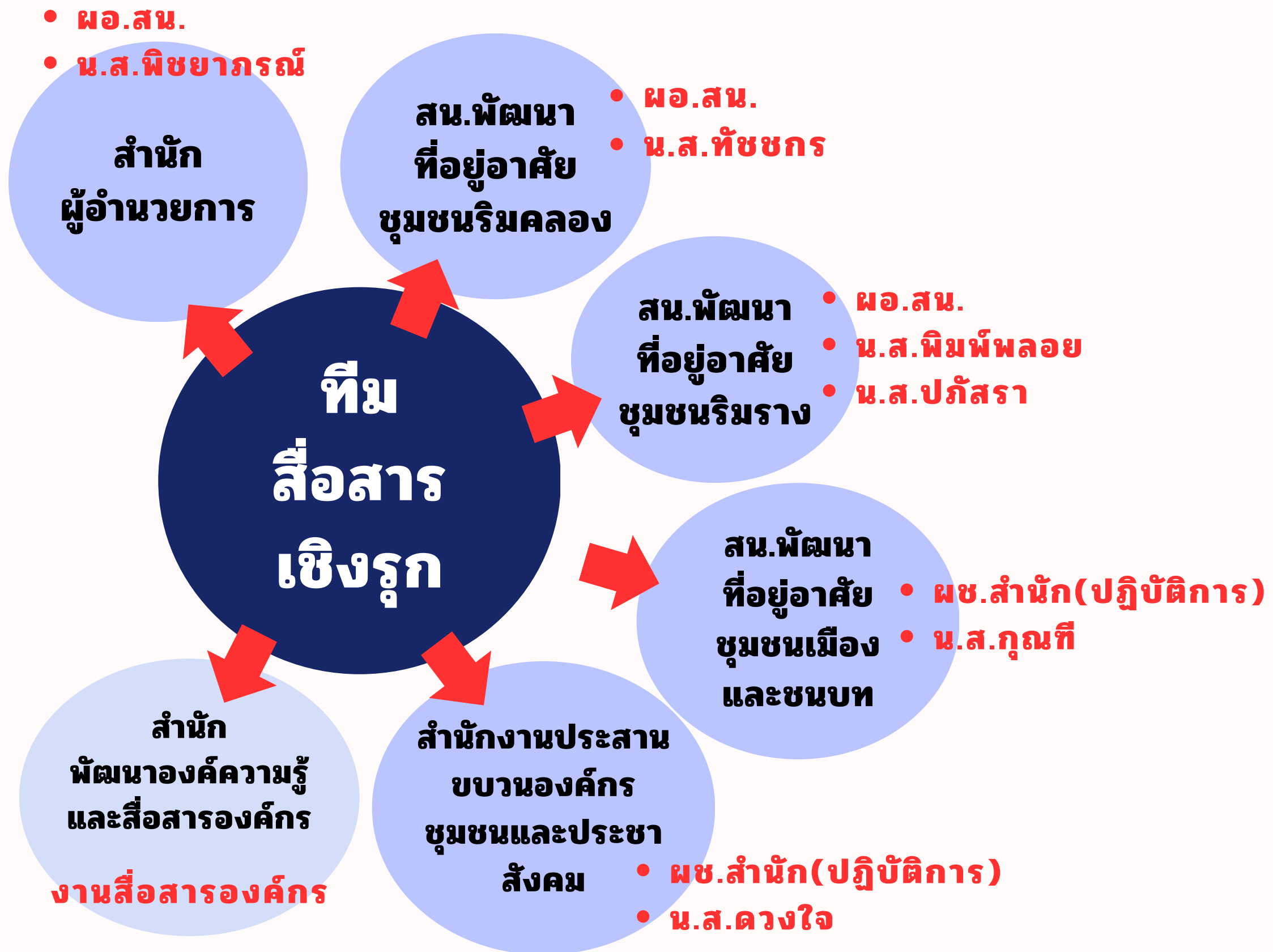
C



# 80%



# กลไกการสื่อสารเชิงรุก เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน



## ที่ปรึกษา

- นายกฤษดา สมประสงค์ ผอ.พอช.
- น.ส.เฉลิมศรี ระดากุล รอง ผอ.พอช.
- นายวิชัย นະສຸວຣຣໂນ ຮອງ ພອ.ພອຊ.

## ทีมบริหาร

- นายสยาม นนท์คำจันทร์ ผช.ผอ.พอช.
- น.ส.จันทนา เบญจทรัพย์ ผช.ผอ.พอช.
- นายวิริยะ แต้มแก้ว ผช.ผอ.พอช.

## บทบาท

- (1) กำกับ ออกแบบ ขับเคลื่อนการสื่อสารเชิงรุก เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน
- (2) ประชุมเพื่อติดตามวิเคราะห์สถานการณ์ นโยบาย สำคัญ รุปรกรรมความสำเร็จ
- (3) กำหนดกิจกรรม/ประเด็นในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารสำคัญตามภารกิจของสถาบันในแต่ละช่วงเวลา
- (4) กรณีมีเรื่องร้องเรียน รวบรวมเอกสาร หลักฐาน เรื่องร้องเรียน ข้อมูลที่พร้อมชี้แจง ชี้แจงตามช่องทาง การแก้ไขปัญหาตามเรื่องร้องเรียน ชี้แจงตามช่องทาง ที่มี ได้ภายใน 24 ชั่วโมง
- (5) ร่วมประชุมผ่านระบบชุม หรือออนกราว์น อย่าง น้อย 2 ครั้ง/สัปดาห์ หรือตามสถานการณ์เร่งด่วน

## 2. การวางแผน/กลยุทธ์การสื่อสารอย่างเป็นระบบ

- มีระบบข้อมูลคุณภาพพร้อมใช้ (ข้อมูลสถานการณ์/ข้อมูลเรื่องร้องเรียน/ข้อมูลรูปธรรม)
- กำหนดประเด็น เนื้อหา กิจกรรม ช่องทาง ในการสื่อสารเชิงรุก รวดเร็ว ทันสถานการณ์ เพื่อสื่อสารสาธารณะ
- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

## 3. การพัฒนาศักยภาพปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความตระหนักและมีส่วนร่วมในการสื่อสารสร้างสรรค์



# กลุ่มเป้าหมาย

## 1. นักการเมือง (พรรครัฐบาล และฝ่ายค้าน รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)



## กิจกรรมที่ดำเนินการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

- ผู้บริหารผู้อำนวยการสำนักผู้จัดการโครงการที่เกี่ยวข้องและคณะทำงาน เข้าพบ เพื่อชี้แจงโครงการที่สถาบันดำเนินการ และมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกกลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วย หรือเสียผลประโยชน์ร้องเรียน โดยการเตรียมเอกสาร ข้อมูลคลิปวิดีโอ บุคคล ฯลฯ เข้าชี้แจง สร้างความเข้าใจ
- เชิญตัวแทนพรรคการเมืองกรมการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน ลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบสภาพความเป็นจริง
- การจัดงานหรือกิจกรรมสำคัญประจำปีของสถาบันฯ และขบวนการองค์กรชุมชน เช่น งานครบรอบปี 26 ตุลาคมทุกปีวันที่อยู่อาศัยโลกการประชุมสภาองค์กรชุมชนตำบลระดับชาติ ฯลฯ ควรเชิญตัวแทนพรรคการเมืองทุกพรรคเข้าร่วมเพื่อให้เห็นผลการดำเนินงาน ความสำคัญของโครงการบทบาทและภารกิจของสถาบันฯ และขบวนการองค์กรชุมชน
- การจัดนิทรรศการหรืองานอีเว้นท์ในโครงการที่สำคัญ เช่น การพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลองอาจจัดในพื้นที่หรือสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้าใจนำเสนอความคืบหน้าผลการดำเนินการการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตชาวชุมชน

# กลุ่มเป้าหมาย

2. ชุมชน ขบวนการองค์กรชุมชน ประชาชนในพื้นที่ (ทั้งกลุ่มที่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วย)

3. สาธารณชนสังคม/ สื่อมวลชน

4. ผู้ปฏิบัติงาน



## กิจกรรมที่ดำเนินการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

มีทีมมวลชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่สถาบันฯ ลงไปสร้างความเข้าใจในลักษณะเคาะประตูบ้านประชุมกลุ่มย่อย เวทีประชุม ในชุมชน ฯลฯ เพื่อสร้างความเข้าใจเช่นเดียวกับข้อ ๑

- จัดทำสื่อเผยแพร่กิจกรรม โครงการความคืบหน้าที่สถาบันฯ ดำเนินการเป็นระยะเช่น ข่าว บทความสารคดี คลิปวิดีโอ Tiktok Youtube ฯลฯ เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์แผ่นพับ สื่อออนไลน์ เพจหรือสื่อทีวี
- จัดกิจกรรม Press Tour

- ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจเป้าหมายแนวคิด ทิศทางงานพัฒนาขององค์กร ประเทศ และโลก รวมถึงรับรู้สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเท่าทัน
- สร้างและรณรงค์ให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าถึงช่องทางที่มีอยู่
- สร้างพื้นที่การรับรู้ใหม่ เพื่อเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายมากขึ้น
- สนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร
- ส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานเป็นนักสื่อสาร เพราะการสื่อสาร เป็นเรื่องของทุกคน

# แผนงานและงบประมาณ (ก.พ.นี้-กันยายน 2567)

## 1. การสื่อสารสาธารณะ

**เป้าหมายหลัก :** ใช้สื่อที่หลากหลาย และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สู่การขับเคลื่อนเรื่องสิทธิ แนวคิด สร้างรูปธรรมพื้นที่จัดการตนเอง และการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สถาบันฯ

1. การสร้างพื้นที่สื่อที่หลากหลาย และต่อเนื่อง เพื่อเสนอข่าวนโยบายสำคัญ รูปธรรมพื้นที่ และการสื่อสารภาพลักษณ์สถาบันฯ

2. การสร้างกิจกรรมพิเศษเพื่อให้เกิดช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะ

3. การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

แนวทาง	กิจกรรม/โครงการ/แผน (เชิงปริมาณและคุณภาพ)
1. การสร้างกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้เกิดช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะ	1. การจัดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 4 ครั้ง/ปี (ตามสถานการณ์) 2. ในแต่ละครั้ง มีการสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อหลากหลาย เช่น สื่อวิทยุ , สิ่งพิมพ์ , โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ประกอบการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยมีสื่อเผยแพร่อย่างน้อย ๓๐ ข่าว/กิจกรรม 3. กิจกรรมแถลงข่าว/นโยบายสำคัญ , จัด Event/สมัชชา เป็นต้น
2. การสร้างพื้นที่สื่อที่หลากหลาย และต่อเนื่อง เพื่อเสนอข่าวเรื่องสิทธิ แนวคิด และรูปธรรมพื้นที่จัดการตนเอง (ความร่วมมือกับ) สื่อสาธารณะ	1. สื่อวิทยุ เพื่อเกิดการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง : เสนอข่าวสั้น ทุกวัน หรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบสัมภาษณ์ ผ่านรายการวิทยุ ทุกสัปดาห์ 2. สื่อโทรทัศน์ : นำเสนอสารคดีงานพัฒนา / สก๊อปพิเศษพื้นที่รูปธรรม / สัมภาษณ์ผู้บริหาร เช่น การนำเสนอรูปธรรมงานพัฒนาในช่องทาง NBT ผ่านความร่วมมือ อย่างน้อย 10 ตอน , สัมภาษณ์ผู้บริหารในช่องทางสื่อโทรทัศน์ เดือนละ 1 ครั้ง 3. สื่อออนไลน์ : 4. การประสานงานกับสื่อมวลชน เพื่อนำเสนอข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
3. การจัด Press Tour	นำสื่อมวลชน ผู้นำชุมชนนักวิชาการ ภาคประชาสังคม ฯลฯ ลงพื้นที่ดูกิจกรรมโครงการสำคัญที่กำลังดำเนินการ พื้นที่รูปธรรม หรือมีความเสี่ยงที่จะถูกร้องเรียน ประมาณ 2 เดือน/ครั้ง หรือเป็นรายกรณี

## 2. การผลิตสื่อ

**เป้าหมายหลัก :** ผลิตสื่อที่หลากหลาย และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจสู่การขับเคลื่อนเรื่องสิทธิ แนวคิด สร้างรูปธรรมพื้นที่จัดการตนเอง และการสื่อสารภาพลักษณ์สถาบันฯ

1.การผลิตสื่อภาพและเอกสาร แสดงแนวคิด และการถอดบทเรียนรูปธรรม (ชุดความรู้/อินโฟกราฟฟิก)

2.การสนับสนุนการผลิตสื่อ เพื่อประกอบการจัดกิจกรรมต่างๆ

3.การผลิตสื่อ New Media เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

4.การผลิตสื่อเผยแพร่ขององค์กร

กิจกรรม	กิจกรรม/โครงการ/แผนงาน (เชิงปริมาณและคุณภาพ)
1. สื่อสถาบันฯ เพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ แนวคิด ทิศทาง พื้นที่รูปธรรมงานพัฒนา , ชุมชนเข้มแข็ง , และทำความเข้าใจงานสถาบันฯ	1. จัดทำวิดีโอทัศน์แนะนำงานประเด็นสำคัญ (ทางการ) 2. นำเสนอคลิปวิดีโอพื้นที่รูปธรรม สั้นๆ เข้าใจง่าย 3. จัดทำอินโฟกราฟฟิก ให้ความรู้โครงการ นำเสนอรูปธรรมเป็น CSAE หรือสตอรี่ 4. จัดแสดงนิทรรศการ
2. การสนับสนุนการผลิตสื่อ ประกอบการจัดกิจกรรมต่างๆ	การจัดทำวิดีโอทัศน์ เอกสาร และนิทรรศการประกอบการจัดงาน 12 ครั้ง



### 3. การสื่อสารภายใน

**เป้าหมายหลัก :** ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจเป้าหมายแนวคิด ทิศทางงานพัฒนาขององค์กร ประเทศ และโลก รวมถึงรับรู้สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเท่าทัน

1. สร้างและรณรงค์ให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าถึงช่องทางที่มีอยู่
2. สร้างพื้นที่การรับรู้ใหม่ เพื่อเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายมากขึ้น
3. สนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร
4. ส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานเป็นนักสื่อสาร เพราะการสื่อสาร เป็นเรื่องของคน



กิจกรรม	กิจกรรม/โครงการดำเนินงาน (เชิงปริมาณและคุณภาพ)
1. สร้างและรณรงค์ให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าถึงช่องทางที่มีอยู่	<ul style="list-style-type: none"><li>• คริปปีงข่าว ผ่านไลน์กรุป และบอร์ดกิจกรรมภายในองค์กร</li><li>• การสื่อสารในกลุ่มไลน์ โดยเพิ่มเนื้อหาในเรื่องของมติ หรือเหตุการณ์สำคัญเป็นระยะ</li><li>• เพิ่มเนื้อหาในเรื่องของมติหรือเนื้อหาที่สำคัญ , แบนเนอร์การจัดกิจกรรม , ข่าวที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ พอช. เป็นต้น ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น</li><li>• จัดวางเอกสารเผยแพร่ภายในองค์กร</li></ul>
2. การสร้างพื้นที่การรับรู้ใหม่ เพื่อเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายมากขึ้น	<ol style="list-style-type: none"><li>1. จัดสร้างพื้นที่ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานส่วนกลาง และสนับสนุนกิจกรรมให้เกิดขึ้นที่สำนักงานภาคในลักษณะเดียวกันอย่างต่อเนื่อง (ส่วนกลาง + สนง.ภาค)</li><li>2. จัดให้มีเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารตามสถานการณ์</li></ol>
3. สนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร	ร่วมเป็นคณะทำงานและร่วมดำเนินการกับทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์องค์กร สู่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน



# ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ สร้างภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนฯ ที่ 'มุ่งสร้างความเข้มแข็งองค์กรชุมชน' ผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆโดยชุมชนเป็นแกนหลักในการพัฒนา
2. สถาบันมีระบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ชี้แจงและสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมาย (พรรคการเมือง หน่วยงานต่างๆชุมชน สาธารณชน สังคมสื่อมวลชน) เกิดความเข้าใจและสัมพันธ์อันดี
3. สถาบันลดผลกระทบจากฎกร้องเรียนและการโจมตี



# THANK'S YOU

