

MarketPlus

Vol.6 Issue 52 : November 2013

www.marketplus.in.th



The Battle of Convenience Stores

ระเบิดศึกร้านสะดวกซื้อ สมรภูมิเดือดค้าปลีกไทย



ISSN 1906-3563



9 771906 356003

1 3 1 1 1 0

เล่ม 80

Community Relations : ชุมชนสัมพันธ์...สำคัญอย่างไร

การที่องค์กรทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการขนาดใดก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการลงทุน อาคารสำนักงาน การให้บริการ ร้านค้าหรือโรงงาน หากตั้งอยู่ในชุมชนใดๆ ก็ตาม แน่นอนว่าทั้งองค์กรและชุมชน ต่างต้องพึ่งพาอาศัยกัน ทั้งการติดต่อ ซื้อขายสินค้า รับบริการ จ้างแรงงาน ใช้อาคารที่ดิน หรือการเป็นสมาชิก ของชุมชนนั้นๆ รวมถึงการร่วมมือกันในกิจกรรมกับชุมชน จึงเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ จะเห็นได้ว่าทั้งองค์กร ธุรกิจและประชาชนในชุมชนจำเป็นต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน ให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะทำให้เกิดประโยชน์ กับทั้งสองฝ่าย



พื้นฐานของผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นร่วมกัน (Mutually Beneficial Relationships) กับ ชุมชนเป้าหมาย (Targeted Communities) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาวในการ สร้างชื่อเสียงและความไว้วางใจ ที่หาก องค์กรสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำด้านการ สร้างสรรค์และพัฒนาชุมชนด้านการช่วย เหลือ ทำประโยชน์ให้กับชุมชน สนับสนุน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากประชาชนใน ชุมชน ย่อมทำให้องค์กรนั้นๆ สามารถดำเนิน ธุรกิจได้อย่างราบรื่น ประสบความสำเร็จใน การดำเนินกิจการนั่นเอง



ดร.พงษ์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์
และสื่อสารองค์กร

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์ 25 ปี ในการบริหาร ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาดแบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กร จนถึงระดับ ชาติ ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ มีผลงาน วิชาการกว่า 300 ผลงาน กับตำแหน่ง ที่หลากหลายทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็น กรรมการเอกลักษณ์ของชาติและนายก สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย www.drpho.com

คำจำกัดความของ ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ได้ครอบคลุม ถึงการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินการ สื่อสารกับชุมชน ด้วยการกำหนดแนวทาง ที่ชัดเจน มีการวางแผนและดำเนินการร่วม กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ในอันที่จะรักษาและ ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในด้านต่างๆ ในทุก ปัจจัยและองค์ประกอบของชุมชนได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วม กันระหว่างองค์กรและชุมชน

ดังนั้น ชุมชนสัมพันธ์ จึงเป็นการ พัฒนาเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับ

ทำไมต้องมี Community Relations

การดำเนินการด้านชุมชนสัมพันธ์ ขององค์กรธุรกิจนั้น ขึ้นอยู่กับขนาด ความ ต้องการ ปัจจัยของสภาพปัญหาที่เกี่ยวข้อง และเป้าหมาย ทั้งองค์กรและชุมชน ว่ามี องค์ประกอบอย่างไรที่ควรนำมาพิจารณา โดยทั่วไปแล้ว เหตุผลสำคัญของการดำเนินการ ชุมชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. การเสริมสร้างความเข้าใจอัน ดีระหว่างกัน องค์กรธุรกิจได้แสดงให้เห็น ถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งการ ขจัดความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์กร ทั้งที่ มีอยู่เดิม หรืออาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. สำรวจและรับฟังข้อคิดเห็นของ ประชาชนในชุมชนเกี่ยวกับองค์กร รับรู้

ความต้องการที่แท้จริงของชุมชนในด้านต่างๆ แสดงความสามารถที่จะดำเนินการให้ความช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของชุมชนได้อย่างสอดคล้อง

3. การสื่อสาร ชี้แจง บอกกล่าว ข้อมูล ข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กรให้ชุมชนได้ทราบ ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ นโยบาย อุปสรรค ปัญหา สิ่งที่ต้องการความร่วมมือหรือการให้ความช่วยเหลือ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กรและต่อชุมชน

4. การประกาศเจตจำนง แสดงเจตนารมณ์ขององค์กร เกี่ยวกับความคิดเห็น ความสนใจ ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือชุมชน ตลอดจนแนวทางสนับสนุนทั้งกับชุมชน สังคม และกับส่วนรวม

5. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สอดคล้องเหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ เช่น การดำเนินงานที่โปร่งใส มีคุณธรรม ส่งเสริมการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงาม เยาวชน และกิจกรรมของชุมชน เป็นต้น

โครงสร้างทางสังคมกับ Community Relations

การเกิดและการมีอยู่ของชุมชน (Community) นับตั้งแต่การรวมตัวของประชากร ต่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มีจุดมุ่งหมายหรือสิ่งยึดเหนี่ยว ให้สามารถรวมกลุ่มอยู่ได้ในทางกายภาพ เช่น หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวตามเงื่อนไขของลักษณะอื่นที่อาจเป็นชุมชน เช่น สมาคมวิชาชีพ หอการค้า NGO เป็นต้น

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน นับว่า เป็นงานสื่อสารที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่องค์กรไม่สามารถละเลยหรือมองข้ามไปได้ กลยุทธ์ที่สำคัญก็คือ การเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายในทุกกลุ่มที่อยู่โดยรอบขององค์กรธุรกิจ

ดังนั้น องค์กรธุรกิจทุกแห่ง จึงต้องมีการกำหนดให้งานชุมชนสัมพันธ์เป็นหนึ่งใน

งานสื่อสารหลักอย่างหนึ่งขององค์กร

ในแต่ละชุมชน จะมีคุณลักษณะเฉพาะของชุมชนที่แตกต่างกันไป ประเภทของชุมชน โดยทั่วไปแล้ว พบว่าจะแบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลในโครงสร้างของสังคม โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ในด้านสังคม เศรษฐกิจ ความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ควบคู่กันไป

1. ความสัมพันธ์ของชุมชนในเมือง ชุมชนในเมืองมีโครงสร้างทางสังคมที่แยกเป็นอิสระต่อกัน อันเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตที่เร่งรีบ แข่งขัน ตัดสินใจจากข้อมูล เหตุผล มากกว่าความรู้สึก ความคิด ความเห็นจะผลักดันให้เกิดการแสดงออก หรือการกระทำที่ชัดเจน

2. ความสัมพันธ์ของชุมชนชนบท ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมแบบสังคมเครือญาติ เพื่อนบ้าน แสดงความห่วงใย เอื้ออาทร ให้ความสำคัญกับความรู้สึก การแสดงออกของน้ำใจ การเป็นสังคม หมู่มวล เน้นการอยู่ร่วมกันด้วยประโยชน์ของส่วนรวม

3. ความสัมพันธ์ของชุมชนเสมือนจริง ได้แก่ มิติความสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล หรือ New Media ที่องค์กรจะต้องหมั่นติดตาม และเป็นสมาชิกของชุมชนเพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความคิดเห็น การให้ข้อมูล เพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชี้แจงกรณีที่มีผลกระทบ ก่อให้เกิดความเสียหาย

การที่องค์กรจะดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน จำเป็นต้องคำนึงถึงโครงสร้างทางสังคมของประชาชนที่อยู่โดยรอบ อยู่ใกล้เคียง หรือองค์กร สำนักงาน โรงงาน ห้างร้าน สาขาขององค์กรที่ตั้งอยู่ การจัดวางระบบความสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับโครงสร้างในแต่ละด้าน เช่น ผู้นำทางความคิดของชุมชน (Community Opinion Leaders) กลุ่มพนักงาน (Employees) รวมถึงครอบครัวซึ่งอาศัยอยู่บริเวณชุมชนหรือใกล้เคียง ผู้จัดผลิตหรือส่งวัตถุดิบ (Suppliers) ตลอดจนสถาบัน หน่วยงาน ธุรกิจหรือทางสังคมอื่นๆ ในชุมชน เช่น หน่วย

งานราชการ องค์กรทางธุรกิจ สถาบันการศึกษา คู่แข่งขัน เป็นต้น

กระบวนการดำเนินงานด้าน Community Relations

ตามที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า การดำเนินการทางด้านชุมชนสัมพันธ์ จะเน้นการดำเนินการสื่อสารและสร้างความร่วมมือไปยังกับชุมชนด้วยการออกแบบเครื่องมือ กิจกรรม เนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อก่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับองค์กร โดยกระบวนการในการดำเนินการด้านชุมชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. การกำหนดชุมชนเป้าหมาย ที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นพิเศษทั้งในระดับใกล้ตัว ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับสากล

2. การตรวจสอบคัดเลือกชุมชน ทั้งชุมชนในด้านบริเวณที่ตั้งขององค์กร ชุมชนพนักงาน ชุมชนที่มีความสนใจร่วมกัน และชุมชน Online เป็นต้น

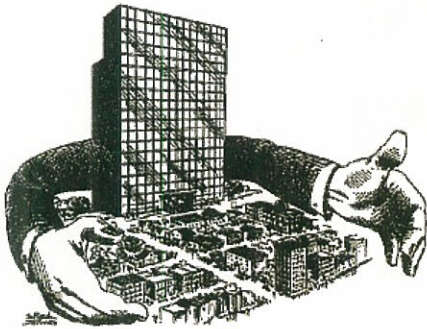
3. ประเมินตัวองค์กรเอง เพื่อพิจารณาข้อมูลความเชื่อมโยง ให้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดรูปแบบเพื่อชุมชน

4. การจัดทาระบบฐานข้อมูลชุมชน

5. การศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี การศึกษา อาชีพ สภาพภูมิประเทศ สภาพปัญหา โครงสร้างในปัจจุบันปัญหาที่เกี่ยวข้อง

6. การกำหนดขอบข่ายของปัจจัยที่มีผลต่อองค์กร จุดแข็ง จุดอ่อน สำรวจความต้องการทรัพยากร ข้อจำกัด การตัดสินใจของฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อกำหนดทิศทางที่ชัดเจน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในชุมชน

7. การวางแผน และกำหนดแนวทางชุมชนสัมพันธ์ วางกรอบการดำเนินงานโครงการชุมชนสัมพันธ์ทั้งในระยะสั้น ระยะยาว รูปแบบ สื่อ เครื่องมือ กิจกรรม ในการดำเนินการ



8. การสร้างความสัมพันธ์ แสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากชุมชน สร้างบรรยากาศต่อการมีส่วนร่วม ความรู้สึกที่ดีและเป็นที่ยอมรับของประชาชนในชุมชน

9. การสร้างความต่อเนื่อง การขับเคลื่อนโครงการ สร้างและบริหารการมีส่วนร่วม

10. ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งก่อนลงมือ ระหว่างดำเนินงาน และสิ้นสุดการดำเนินงาน เพราะในแต่ละขั้นตอนมีความสำคัญต่อการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขต่อไป

จากความหมายของชุมชนสัมพันธ์ เห็นได้ว่า ชุมชนสัมพันธ์คือส่วนหนึ่งของการสื่อสารขององค์กร ที่จะต้องมีการวางแผนและกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่จะช่วยพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา สุขอนามัย ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนสุขภาพแวดล้อมของชุมชนให้ดีขึ้น โดยการกระทำกิจกรรมดังกล่าวจะต้องกระทำร่วมกับประชาชนในชุมชน ซึ่งชุมชนจะได้รับประโยชน์ ภายใต้อิทธิพลที่ช่วยให้ชุมชนนั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดี และสามารถดำเนินชีวิตในชุมชนอย่างสงบสุข ก้าวหน้า ส่วนองค์กรเองก็จะได้รับความเลื่อมใสศรัทธา ชื่อเสียงที่ดี ในที่สุด

ประโยชน์ขององค์กร จากการดำเนินการชุมชนสัมพันธ์ที่ดี

- ความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี เกิดทัศนคติที่ดีระหว่างกัน
- ทำให้สิ่งแวดล้อมของชุมชนดีขึ้น
- ก่อให้เกิดการสนับสนุน ทั้งภาวะปกติและยามวิกฤติ
- ป้องกันความเข้าใจผิดที่เกิดจากคนในชุมชน
- ประชาชนในชุมชนเชื่อถือ ศรัทธาต่อองค์กร
- ได้รับความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินงาน
- ขวัญกำลังใจแก่พนักงานในองค์กร
- ทำให้องค์การธุรกิจมีแรงงาน ผลิตผล วัตถุดิบในการผลิตที่แน่นอน
- โอกาสในการขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น
- ได้รับความร่วมมือ สนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน
- การมียอดขาย ผลประกอบการที่ดี
- ภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์
- แสดงถึงการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม เพื่อการยอมรับและขยายผลได้กว้างขึ้น
- มีผู้สนใจมาลงทุนเป็นผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น

องค์กรควรมีบทบาทการเป็นผู้นำด้านความคิดให้กับชุมชน เพื่อชี้แนะแนวทางในการพัฒนาหรือเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารชุมชน ต้องไม่ลืมว่า การมีความสนิทสนมใกล้ชิดกับชุมชนถือเป็นสิ่งที่ดี อีกทั้งยังช่วยส่งผลต่อการสื่อสาร เนื่องจากชุมชนจะมีการเคลื่อนไหวภายในชุมชนที่สามารถสื่อสารถึงบุคคลภายนอกได้อีกหลายทาง องค์กรควรมีการเข้าไปส่งเสริมหรือให้ความร่วมมือกับชุมชนที่มีการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่ใกล้เคียง หรือมีความสัมพันธ์กับองค์กร ให้ความสำคัญต่อความสม่ำเสมอ ต่อเนื่องกับกิจกรรมที่องค์กรนั้นได้ทำกับชุมชนไปแล้ว เพื่อแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน มีการประเมินผลการทำกิจกรรมกับชุมชนด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขในกิจกรรมที่ทำร่วมกับชุมชนครั้งต่อไป

ควรคำนึงอยู่เสมอว่า หลักของการบริหารชุมชนสัมพันธ์ที่ดี คือการเป็นเพื่อนบ้านที่ดีระหว่างกัน หรือการเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนนั้นๆ นั่นเอง WI

หลักการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน :

Relationship-Building Principles

- เน้นสร้างความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับชุมชน
- ไม่มุ่งแต่การสร้างแค่ชื่อเสียง แต่ต้องสร้างการยอมรับ
- สอดคล้องกับความต้องการทั้งของชุมชนและขององค์กร
- เน้นการมีส่วนร่วมและต้องทำอย่างจริงจัง
- การถ่ายทอดให้ชุมชนได้เข้าใจถึงความปรารถนาดีขององค์กร
- สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น
- เลือกกิจกรรม โครงการที่เหมาะสม มีวิธีการดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์
- องค์กรใช้ข้อได้เปรียบด้านจุดแข็งและประโยชน์ต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับองค์กร
- ประเมินความต้องการของชุมชน รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน
- ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดที่รวดเร็ว
- คำนึงถึงความหลากหลาย