เลขที่ ๓

รายงานส่วนบุคคล
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๑๖

เรื่อง

การพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรกรุงเทพมหานคร

โดย

นางพวงเพ็ญ โฆษิตวรรณรัตน์
ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

ฝ่ายวิเคราะห์ข่าว กองประชาสัมพันธ์
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร

การนำเสนอรายงานส่วนบุคคล

เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรกรุงเทพมหานคร

วิสัยทัศน์กองประชาสัมพันธ์

"องค์กรสมัยใหม่ เทคโนโลยีก้าวไกล ข่าวสารฉับไว สรรค์สร้างความเข้าใจ และให้ประชาชนมีส่วนร่วม"

เป้าประสงค์การพัฒนาของกองประชาสัมพันธ์

๑. บริหารข้อมูลข่าวสารของกรุงเทพมหานครด้วยเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย มุ่งให้สื่อมวลชนนำเสนอได้ตรงประเด็น กว้างขวาง ครอบคลุม และสาธารณชนได้รับประโยชน์สูงสุด

๒. พัฒนาระบบการใช้สื่อให้มีความหลากหลาย เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการบริโภคข่าวสาร

๓. พัฒนาบุคลากรให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพ ประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความเป็นเอกภาพ และสามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างบรรลุผล ด้วยความรวดเร็วฉับไว

๔. กำหนดมาตรการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจถึงนโยบายของผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ระเบียบข้อบังคับ อันจะนำมาซึ่งความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือ ป้องกันความเข้าใจผิด เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร การวางแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ การผลิตเอกสารข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท เพื่อเผยแพร่สื่อมวลชนทุกแขนง การรวบรวม วิเคราะห์ และชี้แจงข่าวเกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร การจัดสื่อมวลชนสัญจร การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน การจัดทำสื่อสารสนเทศ การให้คำปรึกษาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหารและหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร การเผยแพร่ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตาม การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในองค์กร ซึ่งจะต้องให้ความร่วมมือด้วยดี เนื่องจากบุคลากรเหล่านี้ย่อมต้องติดต่อกับประชาชนและมีบทบาทอย่างมากในการที่จะสร้างความประทับใจ หรือภาพลักษณ์ต่างๆ ให้เกิดขึ้นต่อความรู้สึกนึกคิดและจิตใจของประชาชนผู้ใช้บริการ หรือติดต่อกับองค์กร

ดังนั้น การที่จะสามารถประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน จำเป็นอย่างยิ่งที่บุคลากรภายในกรุงเทพมหานครเองทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารทุกหน่วยงาน จะต้องเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของกรุงเทพมหานครอย่างถูกต้องและเป็นหนึ่งเดียว เพื่อสื่อสารออกไปสู่ภายนอกได้อย่างชัดเจนและตรงกัน ซึ่งการสื่อสารภายในองค์กร (Organizational Communication) เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าวได้

การสื่อสารภายในองค์กร (Organizational Communication) หรือการประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารขององค์กร การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลทุกระดับภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง ฯลฯ ให้เกิดความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมถึงการเสริมสร้างขวัญ กำลังใจ และความรักใคร่ผูกพัน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญมากและยังมีผลสะท้อนไปถึงการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนภายนอกด้วย ทั้งยังเอื้ออำนวยให้การบริหารและการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การที่บุคลากรภายในองค์กรมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกต่อไปด้วย

วิสัยทัศน์ที่จะนำเสนอ

"มุ่งสร้างสรรค์ความเข้าใจ ส่งเสริมความสามัคคีของบุคลากรกรุงเทพมหานคร ผ่านการสื่อสารภายในองค์กร"

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

๑. ความร่วมมือของบุคลากรกรุงเทพมหานครทุกหน่วยงาน เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีข้าราชการและลูกจ้างประมาณ ๙๐,๐๐๐ คน จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของกรุงเทพมหานครอย่างถูกต้อง ชัดเจน จะได้สื่อสารไปยังประชาชนได้ตรงกัน

๒. การสนับสนุนจากคณะผู้บริหารกรุงเทพมหานครและหัวหน้าหน่วยงาน ในการให้ความเห็นชอบและอนุมัติโครงการ มอบนโยบายตามโครงการ และการจัดสรรงบประมาณดำเนินการ

๓. การประเมินผลโครงการ เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินโครงการต่างๆ บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ หากมีอุปสรรค หรือข้อขัดข้องจะได้รับทราบและนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป โดยแบ่งการประเมินผลเป็น ๓ ระยะ ประกอบด้วย

๓.๑ ระยะที่ ๑ ช่วงสิ้นปีงบประมาณ ๒๕๕๗

๓.๒ ระยะที่ ๒ ช่วงสิ้นปีงบประมาณ ๒๕๕๘

๓.๓ ระยะที่ ๓ ช่วงสิ้นปีงบประมาณ ๒๕๕๙

๔. การติดตามผล หลังจากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นไปแล้วระยะหนึ่ง (๓-๖ เดือน) จะมีการตรวจสอบว่าได้ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายหรือไม่ ซึ่งอาจใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรม การให้ความร่วมมือของข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานครในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และการใช้แบบสอบถาม

๕. กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง/การมีส่วนร่วมในการพัฒนา

๑. ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นชอบการดำเนินโครงการ รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น

๒. สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ในการจัดกิจกรรมผู้บริหารกรุงเทพมหานครเยี่ยมสำนัก/สำนักงานเขต และการสำรวจความพึงพอใจของข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานครที่มีต่อองค์กร ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร

๓. สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ในการจัดแข่งขันกีฬาภายในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานครและการจัดกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร

๔. สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ในการจัดการบรรยายพิเศษเรื่องการสื่อสารองค์กร สำหรับผู้บริหารกรุงเทพมหานคร

๕. กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร เป็นเจ้าภาพหลักในการจัดให้มีการสื่อสารโดยตรงจากผู้บริหารกรุงเทพมหานครถึงข้าราชการและลูกจ้างผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สถานีโทรทัศน์ของกรุงเทพมหานคร โทรทัศน์วงจรปิด เสียงตามสาย วารสารภายใน จดหมายข่าว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

๖. นักประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สำนักและสำนักงานเขต ในการเป็นเครือข่ายสนับสนุนการจัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๗. ข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานครทุกคนให้ความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจในการเข้าร่วมกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ภารกิจที่ดำเนินการ

๑. **จัดให้มีการสื่อสารโดยตรงจากผู้บริหารกรุงเทพมหานครถึงข้าราชการและลูกจ้าง** เพื่อให้รับทราบนโยบายและการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ต่างๆ จากผู้บริหารกรุงเทพมหานคร

๑.๑ <u>ระดับปฏิบัติการ</u>

๑.๑.๑ จัดทำวารสารภายใน (รายปักษ์) เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่นโยบาย การดำเนินงาน กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ภายในองค์กร รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดี แก้ไขความเข้าใจผิด และพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรภายใน โดยมีคอลัมน์ประจำสำหรับผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร/ปลัดกรุงเทพมหานคร สำหรับใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับข้าราชการและลูกจ้าง กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร

๑.๑.๒ จัดทำจดหมายข่าวถึงเพื่อนข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ควรรู้เกี่ยวกับองค์กร นโยบาย กิจกรรม และความเคลื่อนไหวต่างๆ อย่างน้อย ๑ ฉบับ/สัปดาห์

๑.๑.๓ ปรับรูปแบบการจัดรายการเสียงตามสายภายในศาลาว่าการ กทม.๑ เป็นเสียงตามสายออนไลน์ที่สามารถรับฟังได้ทางเว็บไซต์ของกองประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ข้าราชการและลูกจ้าง

กรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมในรายการด้วย เช่น การตอบคำถามชิงรางวัล การประชาสัมพันธ์กิจกรรม หรือโครงการของหน่วยงาน เป็นต้น

๑.๑.๔ ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายและรวดเร็วในการสื่อสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือข่าวต่างๆ ที่กระทบต่อความเชื่อมั่นของข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร อาทิ เว็บไซต์ อีเมล เอสเอ็มเอส สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ ฯลฯ

๑.๒ ระดับผู้บริหาร

๑.๒.๑ จัดบรรยายพิเศษ เรื่อง "การสื่อสารองค์กร" เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงทั้งจากส่วนกลาง สำนัก และสำนักงานเขตเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารในระดับต่าง ๆ รวมถึงทราบวิธีการสื่อสารไปยังข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร ตลอดจนประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑.๒.๒ จัดทำและเผยแพร่รายการ "ผู้บริหารพบข้าราชการและลูกจ้าง กทม." ผ่านทางโทรทัศน์วงจรปิด ภายในหน่วยงานกรุงเทพมหานคร สถานีโทรทัศน์ของกรุงเทพมหานคร Bangkok City Channal (BCC) ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ รวมทั้งทางเว็บไซต์ของกองประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำในรูปแบบที่เรียบง่ายและเป็นกันเอง เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารนโยบาย การดำเนินงาน ตลอดจนชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ให้ข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานครได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๑.๒.๓ จัดสัมภาษณ์ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ผ่านทางรายการเสียงตามสายภายในศาลาว่าการ กทม. ๑, ๒ รวมทั้งเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของกรุงเทพมหานคร โดยมีการจัดเตรียมประเด็นคำถามจากตัวแทนข้าราชการและลูกจ้าง เพื่อสร้างความเข้าใจและให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร อาทิ ความก้าวหน้าในสายงาน การแต่งตั้งโยกย้าย สวัสดิการ เป็นต้น

๑.๒.๔ จัดกิจกรรม "ผู้บริหาร กทม. เยี่ยมสำนัก/สำนักงานเขต" ในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เพื่อพบปะพูดคุย รับฟังปัญหา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ปฏิบัติงาน โดยอาจจัดไว้ในช่วงท้ายของการประชุมแนวดิ่งในหน่วยงาน อันจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารกับข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร

๒. **จัดกิจกรรมภายในองค์กรเพิ่มขึ้น** เพื่อสร้างการทำงานเป็นทีม ส่งเสริมขวัญกำลังใจ สร้างความภาคภูมิใจ และความจงรักภักดีต่อองค์กร

๒.๑ จัดการแข่งขันกีฬาภายในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ สร้างความสามัคคีระหว่างผู้บริหาร ข้าราชการและลูกจ้าง และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม โดยกำหนดเป็นกีฬาประจำปีของกรุงเทพมหานคร

๒.๒ จัดกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างข้าราชการและลูกจ้าง กทม. ให้มีการทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน เช่น ลีลาศ อนุรักษ์เพลงเก่า คาราโอเกะ ปฏิบัติธรรม ฯลฯ

๒.๓ จัดตั้งชมรม "เครือข่ายข้าราชการ/ลูกจ้างรัก กทม." เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี สร้างความภาคภูมิใจ และความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ หรือการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ อย่างน้อย ๑ ครั้ง/ปี

๒.๔ จัดประกวดโครงการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร เพื่อให้ข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานคร ได้มีส่วนร่วมวางแผนดำเนินงานในการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารองค์กร โดยผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจะได้รับโล่และประกาศนียบัตร รวมทั้งนำโครงการดังกล่าวไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม

๒.๕ จัดประกวดหน่วยงานที่มีการสื่อสารภายในองค์กร หรือประชาสัมพันธ์องค์กรดีเด่น เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของตนเอง โดยมีการมอบรางวัล รวมทั้งเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ภายในองค์กร

ระยะเวลาดำเนินการ

แผนระยะปานกลาง ๓ ปี แบ่งเป็น ๓ ระยะ

ระยะที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๕๗ (๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๗)

ระยะที่ ๒ ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ (๑ ตุลาคม ๒๕๕๗ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘)

ระยะที่ ๓ ปีงบประมาณ ๒๕๕๙ (๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๙)

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

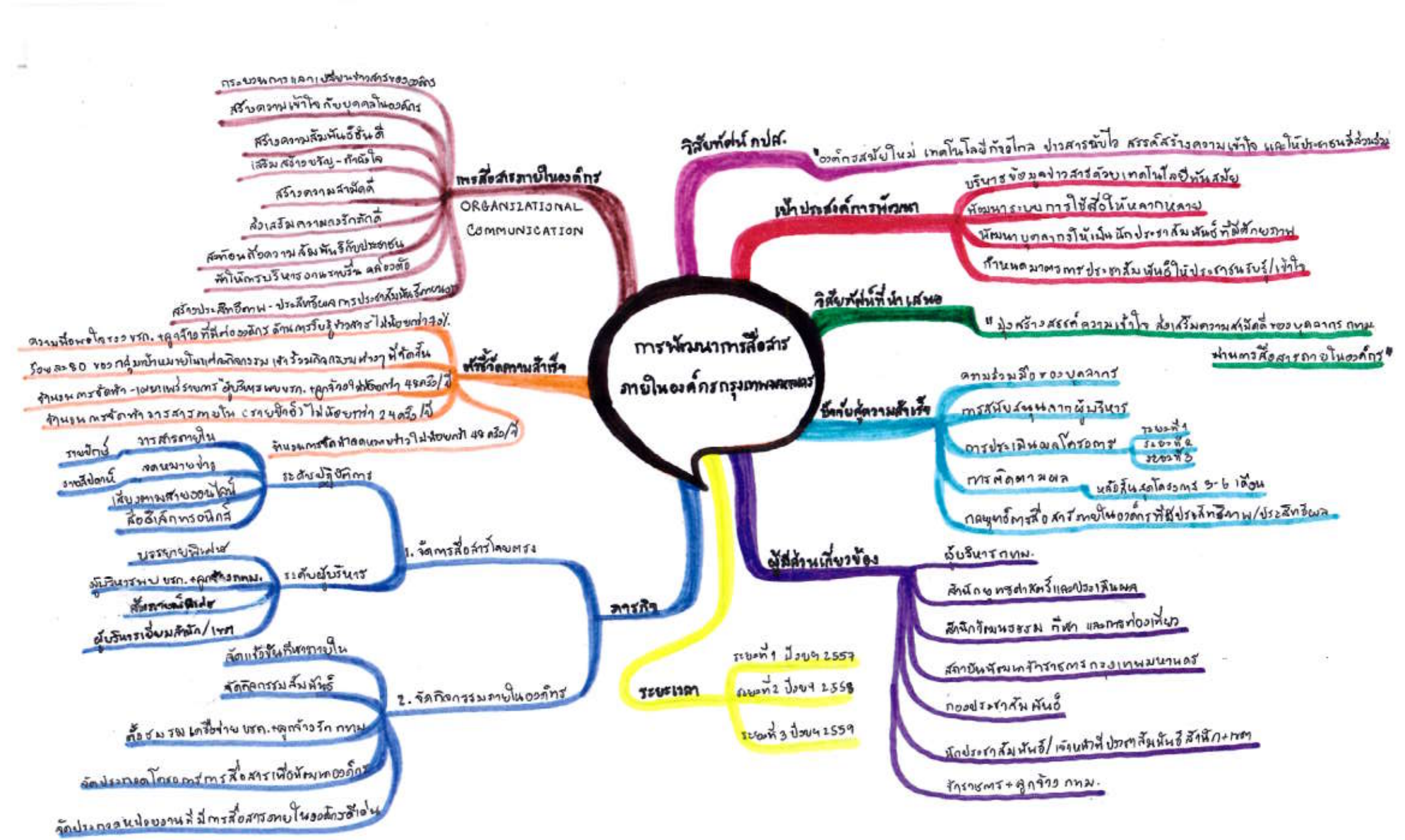
๑. ความพึงพอใจของข้าราชการและลูกจ้างกรุงเทพมหานครที่มีต่อองค์กร ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี หลังจากดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ

๒. ร้อยละ ๘๐ ของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกิจกรรม เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น

๓. จำนวนการจัดทำวารสารภายใน (รายปักษ์) ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง/ปี

๔. จำนวนการจัดทำจดหมายข่าว ไม่น้อยกว่า ๔๘ ครั้ง/ปี

๕. จำนวนการจัดทำและเผยแพร่รายการ "ผู้บริหารพบข้าราชการและลูกจ้าง กทม." ไม่น้อยกว่า ๔๘ ครั้ง/ปี


การพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรกรุงเทพมหานคร
วิสัยทัศน์ กปส.
"องค์กรสมัยใหม่ เทคโนโลยีก้าวไกล ข่าวสารฉับไว สรรค์สร้างความเข้าใจ และให้ประชาชนมีส่วนร่วม"
เป้าประสงค์การพัฒนา
บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารด้วยเทคโนโลยีทันสมัย
พัฒนาระบบการใช้สื่อให้หลากหลาย
พัฒนาบุคลากรให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพ
กำหนดมาตรการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้/เข้าใจ
วิสัยทัศน์ที่นำเสนอ
" มุ่งสร้างสรรค์ความเข้าใจ ส่งเสริมความสามัคคี ของบุคลากร กทม.
ผ่านการสื่อสารภายในองค์กร "
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ความร่วมมือของบุคลากร
การสนับสนุนจากผู้บริหาร
การประเมินผลโครงการ
ระยะที่ 1
ระยะที่ 2
ระยะที่ 3
การติดตามผล
หลังสิ้นสุดโครงการ 5-6 เดือน
กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
ผู้บริหาร กทม.
สำนักงานปลัดกรุงเทพมหานคร
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร
กองประชาสัมพันธ์
หัวหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ สำนัก+เขต
ข้าราชการ+ลูกจ้าง กทม.
ระยะเวลา
ระยะที่ 1 ปีงบฯ 2557
ระยะที่ 2 ปีงบฯ 2558
ระยะที่ 3 ปีงบฯ 2559
การสื่อสารภายในองค์กร
ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
การแลกเปลี่ยนข่าวสารของหน่วยงาน
สร้างความเข้าใจกับบุคคลในองค์กร
สร้างความสัมพันธ์อันดี
เสริมสร้างขวัญ - กำลังใจ
สร้างความสามัคคี
ส่งเสริมความมั่นคงทางสังคม
สร้างความสัมพันธ์กับประชาชน
พัฒนาการบริหารงานภายในองค์กร
สร้างประสิทธิภาพ - ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ภายนอก
ตัวชี้วัดความสำเร็จ
ความพึงพอใจของ บรก. ลูกจ้าง ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสาร ไม่น้อยกว่า 70%
ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายกิจกรรม เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น
จำนวนการจัดทำ -เผยแพร่ รายการ ผู้บริหาร พบ บรก. ลูกจ้าง ไม่น้อยกว่า 48 ครั้ง/ปี
จำนวนการจัดทำ ข่าวสารภายใน (รายปักษ์) ไม่น้อยกว่า 24 ครั้ง/ปี
จำนวนการจัดทำสื่อเผยแพร่ข่าวไม่น้อยกว่า 48 ครั้ง/ปี
1. จัดการสื่อสารโดยตรง
ระดับปฏิบัติการ
การสื่อสารภายใน
รายปักษ์
รายสัปดาห์
สื่ออิเล็กทรอนิกส์
ระดับผู้บริหาร
บรรยายพิเศษ
ผู้บริหารพบ บรก. +ลูกจ้าง กทม.
สื่อเฉพาะพิเศษ
ผู้บริหารเยี่ยมสัมพันธ์/เขต
2. จัดกิจกรรมภายในองค์กร
จัดแข่งขันกีฬาภายใน
จัดกิจกรรมสัมพันธ์
สื่อ รวม เครือข่าย บรก. ลูกจ้าง กทม.
จัดประกวดโครงการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร
จัดประกวดหน่วยงานที่มีการสื่อสารภายในองค์กรดีเด่น