MarketPlus

Vol.4 Issue 37 : July 2012

www.marketplus.in.th

Connect Your Digital Life

- ดิจิตอล เทคโนโลยี *เทรนด์ใหม่ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า*
- GTH *Feel Good Feel Growth*

ISSN 1906-3563

9 771906 356003
1 2 0 7 1 0

ราคา 80.-

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย
นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์ 25 ปี สำหรับการบริหารงานสื่อสารระดับองค์กร จนถึงระดับชาติ กับผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน เป็นที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ / สอนหนังสือในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ดำแหน่งมากมายทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ และนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย
"www.drphot.com"

การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจร่วมกันในองค์กร

บนเส้นทางแห่งความสำเร็จขององค์กรชั้นนำทั้งหลาย เบื้องหลังแห่งความสำเร็จที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลงาน วิสัยทัศน์ รูปแบบ การดำเนินกิจการ การบริหารนั้น ล้วนเกิดจากสิ่งสำคัญที่เรียกว่า **"แรงบันดาลใจ"** ทั้งสิ้น

ในขณะเดียวกันแรงบันดาลใจขององค์กรที่ได้สื่อสาร นับว่ามีส่วนสำคัญต่อคุณภาพของเนื้อหาสาระควบคู่ไปกับความคิดสร้างสรรค์ และผลงานที่จะทำให้เกิดความสำเร็จทั้งปวงได้ **"แรงบันดาลใจร่วมกันขององค์กร"** นี่แหละคือตัวขับเคลื่อนอันสำคัญให้เกิดสิ่งเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นในองค์กรรูปแบบใดก็ตาม

ความสำคัญของการสร้างแรงบันดาลใจของคนในองค์กร

ในยามที่องค์กรต้องเผชิญกับสถานการณ์แวดล้อม ทั้งความเสี่ยงและการแข่งขันที่เข้มข้น แรงบันดาลใจเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขปัญหา หรือเป็นแรงขับเคลื่อนคุณภาพของงาน ให้บรรลุเป้าหมาย

ขณะที่การแสวงหาการยอมรับจากสังคม ให้เกิดชื่อเสียง การเผยแพร่แรงบันดาลใจเหล่านั้นได้สะท้อนผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร ด้วยชิ้นงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ การติดต่อสัมพันธ์ รวมทั้งกิจกรรมที่มีต่อสังคม การแสวงหาข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าและผู้บริโภค

แม้ขณะที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยง แรงบันดาลใจ เป็นสิ่งที่จะก่อให้เกิดการยึดเหนี่ยว ความผูกพัน ความรับผิดชอบ พลังแห่งการลุกขึ้นมาต่อสู้ การมุ่งสู่จุดหมายในด้านต่างๆ โดยให้แรงบันดาลใจเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายนั้นๆ ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละช่วงเวลานั้นจะได้รับแรงบันดาลใจจากอะไร หรือต้องการสื่อสารออกไป

การขับเคลื่อนองค์กรด้วยการสื่อสารแรงบันดาลใจ

ในสภาวการณ์แห่งการแข่งขัน ตลอดจนความต้องการของผู้คนที่ความแตกต่างหลากหลายในสังคมมีเพิ่มมากขึ้น คงปฏิเสธไม่ได้ว่า ความต้องการขององค์กรทั้งด้านความสำเร็จทางธุรกิจ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ คือสิ่งที่จำเป็น ต่างเป็นที่แสวงหาและต้องการไปให้ถึงเป้าหมาย และด้วยการใช้แรงบันดาลใจร่วมกันของบุคลากรเป็นพลังผลักดันนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดสำหรับการไปถึงจุดหมายขององค์กร

การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของทุกคนในองค์กร ลดความแตกแยก ผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ หล่อหลอมให้องค์กรมีความชัดเจนต่อเป้าหมาย ทัศนคติ นั่นคือไม่เพียงแต่สื่อสารนโยบาย ข่าวสารข้อมูลเท่านั้น แต่ลึกลงไปยังความจำเป็นต้องกระตุ้นให้เกิด **"แรงบันดาลใจ"** ที่อยู่ภายใต้สาระต่างๆ และสื่อสารออกมา เกิดเป็นพลังมหาศาล และมีผลอย่างยิ่งในการโน้มน้าวทัศนคติของพนักงานในองค์กร

ในยามที่องค์กรต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่เข้มข้น ไม่เพียงแต่การแจ้งข้อมูลที่ต้องการให้กับพนักงานได้รับทราบเท่านั้น หากแต่ยังต้องสามารถกำหนดพฤติกรรมที่ดีให้กับพนักงานด้วย ซึ่งการจะทำเช่นนั้นได้ต้องสื่อสารความตั้งใจจริง สร้างบรรยากาศให้เกิดความร่วมมือร่วมใจของคนในองค์กร สื่อสารในสิ่งที่ทำให้เกิดพลังในด้านบวกมากกว่าด้านลบ ดังนั้น แรงบันดาลใจจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านพฤติกรรมในการสื่อสาร

การบริหารแรงบันดาลใจในองค์กร...มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน

แรงบันดาลใจนั้น เกิดขึ้นภายใต้สภาวการณ์ที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่รายล้อม และสังคมในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละช่วงเวลา

แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย (Inspiration by Goal) องค์กรทุกแห่งต่างมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน บางแห่งตั้งเป้าหมายไว้สูงเพื่อความท้าทายและต้องการไปให้ถึงซึ่งจุดหมายนั้นให้ได้ ขณะที่บางองค์กรตั้งเป้าหมายกลางๆ ดูความเป็นไปได้ไม่สูงเกินไป ไม่ต่ำเกินไป เผื่อสำหรับความไม่สมหวังที่อาจเกิดขึ้นได้ ในขณะที่มีอีกหลายแห่งที่ประเมินศักยภาพของตนค่อนข้างน้อยกว่าที่ควรจะเป็น จึงตั้งเป้าหมายน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะตั้งเป้าหมายไว้สูงหรือต่ำเพียงใด หากองค์กรสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานเหล่านั้นเลือกที่จะตามหาจุดมุ่งหมายของตัวเองให้ได้ คนที่ตั้งไว้สูงอาจต้องใช้ความพยายามทุ่มเทมากกว่า แต่ความสำเร็จที่รออยู่ก็นับเป็นความคุ้มค่าแห่งการรอคอย โดยมีแรงบันดาลใจคอยกระตุ้น มิให้เกิดความทดท้อ แรงบันดาลใจจากเป้าหมายนี้ ก่อให้เกิดการวางตำแหน่งที่เหมาะสมตรงกับเส้นทางในการเข้าถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร

แรงบันดาลใจจากต้นแบบ (Inspiration by Role Model) การที่องค์กรเลือกทิศทางขององค์กรอื่นที่ประสบความสำเร็จมาเป็นแบบอย่าง หรือผู้บริหาร พนักงานที่มีความโดดเด่น ก็สามารถสร้างความเป็นต้นแบบ ก่อให้เกิดความศรัทธา เชื่อถือ ความรู้สึกดังกล่าวย่อมพัฒนาออกมาเป็นความรู้สึกที่ต้องการยึดถือไว้เป็นแบบอย่าง ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากความรู้สึกที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ แล้วแต่ว่าจะเกิดขึ้นจากการรับรู้ข่าวสาร การเข้าไปมีส่วนร่วม การปฏิสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม แรงบันดาลใจจากต้นแบบย่อมมีผลต่อการใช้ชีวิต การเลือกทางเดินให้กับชีวิต ทัศนคติ มุมมอง ความคิด รวมถึงการตัดสินใจจากเรื่องต่างๆ ในทิศทางที่สอดคล้องกับต้นแบบ

แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น (Inspiration by Motivation) การที่องค์กรเลือกการใช้เหตุการณ์ สถานการณ์ ช่วงจังหวะเวลา เงื่อนไขต่างๆ สามารถทำให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจที่อาจไม่ได้มีการตั้งใจหรือเตรียมการณ์เอาไว้ล่วงหน้า เรียกว่าเมื่อถึงเวลานั้นๆ ก็สามารถทำให้เกิดแรงบันดาลใจได้ การใช้แรงบันดาลใจในลักษณะนี้อาจนำไปใช้ในการตัดสินใจ การเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจมี

ความสำคัญต่อองค์กรหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง เป็นแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นจากการถูกการกระตุ้นให้เกิดขึ้น จึงต้องอาศัยความรอบคอบแม่นยำ และต้องคำนึงถึงประสิทธิผลมากกว่าแรงบันดาลใจอื่น นอกจากนี้ แรงบันดาลใจที่เกิดจากแรงกระตุ้น ยังครอบคลุมถึงการเลือกบริโภค การตัดสินใจภายใต้ข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาสาระที่ได้รับ และฐานข้อมูลในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วย

แรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อน (Inspiration by Dynamic) เป็นแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แล้วแต่จังหวะของช่วงวิถีชีวิตว่าในช่วงนั้นจะพบเจอกับอะไร ที่จะส่งผลและมีอิทธิพลในช่วงเวลานั้นๆ แรงบันดาลใจที่เกิดจากการขับเคลื่อนนี้อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้บ่อย และมีผลต่อองค์กรในช่วงเวลาที่ไม่ยาวนัก

แรงบันดาลใจขับเคลื่อนคน คนขับเคลื่อนแรงบันดาลใจ

แรงบันดาลใจส่งผลทั้งในแง่ของการเป็นผู้สร้างและขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นทั้งกับตนเองและพนักงานทั้งองค์กร รวมถึงสร้างการรับรู้แรงบันดาลใจนั้นไปยังภายนอก สู่ผู้รับสารในสังคมอีกเป็นจำนวนมาก

การที่จะบรรลุเป้าหมายในสภาวการณ์ที่ต้องเผชิญกับปัจจัยต่างๆ มากมายอย่างปัจจุบัน ผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างแรงบันดาลใจขององค์กรให้ได้ และสื่อสารให้ตรงกับเป้าหมาย ผ่านเนื้อหา วิธีการ ช่องทางต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้สามารถจัดการ ควบคุมแรงบันดาลใจขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนที่จะสื่อสารออกไปยังผู้เกี่ยวข้องภายนอก

ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรที่หลายๆ ฝ่ายยังมองไม่ตรงจุดคือ ปัญหาที่องค์กรไม่สามารถสร้างการชี้นำให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจร่วมกันได้ เนื่องจากมีพนักงานจำนวนมากยังทำงานโดยปราศจากเป้าหมายหรือการมีทิศทางที่ชัดเจน และไม่มีแรงบันดาลใจร่วมกัน

จึงเป็นหน้าที่อีกประการหนึ่งของผู้บริหารในการขับเคลื่อนแรงบันดาลใจให้ปรากฏในองค์กร เพราะผลงานที่เกิดขึ้นมิได้มาจากเพียงเพราะแค่การสื่อสารกับฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องเท่านั้น แต่เป็นการสื่อสารแรงบันดาลใจที่สื่อสารให้ทุกคนในองค์กรคิดเห็นตรงกัน เริ่มจากภายในก่อน แล้วจึงขยายสู่ภายนอก... สู่ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดขององค์กร