



Internal Communications Operational Level เจาะลึกการสื่อสารภายใน ไปยังพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร

การสื่อสารคือเครื่องมืออย่างหนึ่งของการบริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ถ้าองค์กรเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนในการรับรู้และเข้าใจไปพร้อมกัน ก็จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการ ได้โดยง่าย ขณะเดียวกัน หากขาดการสื่อสารที่ดี ก็ไม่สามารถที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีแก่บุคลากรได้



การสื่อสารไปยังพนักงานทุกระดับ นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญไว้เป็นอันดับแรกๆ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความสำเร็จและบรรลุตามเป้าหมายของธุรกิจขององค์กรได้ การสร้างความเข้าใจในเนื้อหาสาระ ที่ต้องการสื่อไปยังพนักงานให้เกิดการมีส่วนร่วม จัดเป็นกลยุทธ์ที่ทำหายสำหรับผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้อง ที่จะต้องใช้ทักษะ ความเชี่ยวชาญในการกำหนดรูปแบบ วิธีการ เนื้อหาทางการสื่อสารเกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร

การสื่อสารที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะกับธุรกิจ โครงสร้างพนักงานและแบรนด์ กับวัตถุประสงค์ของแบรนด์นั้นๆ ตลอดจนความเข้าใจถึงความแตกต่างในการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารของพนักงานในแต่ละระดับ

ท่ามกลางสถานการณ์ข้อมูลข่าวสารที่มีเพิ่มขึ้น และมีเป็นจำนวนมากขึ้นทุกวัน การบริหารข้อมูล และการสื่อสารที่มีคุณภาพในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารที่ดีจึงมีความสำคัญ ทั้งในส่วนขององค์กรภาครัฐและเอกชน ทุกโครงสร้างในทุกองค์กรต่างก็มีความสลับซับซ้อนในการสื่อสาร มีการบริหารงานสื่อสารที่เป็นระบบสอดคล้องกับแบรนด์ของตนเอง จึงเป็นเรื่องที่ไม่ถียงนักท่ามกลางความแตกต่าง ในวัฒนธรรมของแต่ละองค์กร จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ

การสื่อสารไปยังพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ

แม้ว่าการสื่อสาร และการเปิดรับข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิตพื้นฐาน แต่ในความเป็นจริงแล้วช่องทาง วิธีการ เนื้อหาที่จะสื่อสารไปยังพนักงานแต่ละระดับนั้น อาจแตกต่างกันหรือร่วมกัน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารมีหลากหลาย ความสำคัญของการสื่อสารจึงมิใช่เป็นเพียงเรื่องที่ต้องการสื่อออกไปเพียงฝ่ายเดียว ผลจากข้อมูลย้อนกลับที่เป็นประโยชน์ ทำให้ผู้รับผิดชอบมองเห็นถึงการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ การสื่อสาร เนื้อหาของสาร หรือการพัฒนาให้เกิดความชัดเจน ครบถ้วน

ในระดับปฏิบัติการนั้น การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จสำหรับพนักงาน ทั้งในระดับเดียวกัน ระดับที่แตกต่างกัน ภายในส่วนงานบริหาร ฝ่ายสนับสนุน หรือ ฝ่ายอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กรยังมีผลอันเกิดมาจากพื้นฐานครอบครัว การศึกษา ความพึงพอใจ แนวความคิดทั้งที่เป็นส่วนตัวและเป็นส่วนของสังคม ต่างมีผลต่อการสื่อสารทั้งสิ้น จึงไม่สามารถกำหนดรูปแบบที่เหมือนกัน ในมาตรฐานเดียวกันในการสื่อสารได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ทำหน้าที่สื่อความในองค์กร ต้องตระหนักถึงความสำคัญและบทบาทของการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารภายใน ที่จะเป็นดัชนีบ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กร ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของผู้นำหรือผู้บริหารของธุรกิจในการบริการและจัดการการสื่อสารให้เข้าถึงพนักงานในทุกระดับขององค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นระหว่างกัน ทั้งที่เป็นคำพูด เนื้อหาที่ปรากฏ ที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมในการสื่อความหมายอย่างเด่นชัดและมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน เกิดผลที่ดีที่สุดมายังแบรนด์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม

หลากหลายปัจจัย ที่ต้องนำมาพิจารณา ในการออกแบบ การสื่อสาร

การที่แบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง สามารถได้มาและรักษานักงานที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณสมบัติตามที่ต้องการ แปรผันนั้นย่อมมีโอกาสและศักยภาพในการที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นการบริหารการสื่อสารในองค์กร จึงถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับ ข่าวสาร โดยเฉพาะในกลุ่มของพนักงานระดับปฏิบัติการ ให้เกิดการพัฒนามีผลต่อองค์กร และมีความสนใจ ใส่ใจที่จะเปิดรับข่าวสาร อันได้แก่

- Satisfaction : ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อแบรนด์ หากพนักงานมีความผูกพัน ความภาคภูมิใจ รู้สึกอบอุ่น ย่อมทำให้เกิดการตื่นตัวต่อข้อมูลเนื้อหามากขึ้น

- Participate : การให้ความร่วมมือของพนักงาน อาจเกิดขึ้นจากการวางระบบการสื่อสารภายในที่ดี การสร้างแรงจูงใจ ความใส่ใจดูแล การปฏิบัติของพนักงานแต่ละระดับกับการสร้างกิจกรรมหรือระบบที่เชื่อมโยง และวัฒนธรรมในองค์กร

- Interest : ความน่าสนใจของเนื้อหา หัวข้อ ประเด็น สาระสำคัญ ที่ถูกย่อให้ง่ายขึ้น ไม่เยิ่นเย้อ เนื้อหาที่เทคนิคการนำเสนอทั้งภาษาเขียน ภาษาพูด ภาพถ่าย รูปประกอบ ช่องทาง วิธีการเผยแพร่สื่อที่ใช้

- Stimulation : การสร้างแรงกระตุ้นความสนใจ หรือการสร้างแรงจูงใจ ใส่ใจในสารที่ได้รับ การมีระบบที่ดี การใส่ตัวกระตุ้น เช่นกิจกรรมที่สร้างความตื่นตาตื่นใจ สื่อบุคคล หรือการจัดประกวดมีของรางวัล

- personal Information : ข้อมูลส่วนตัว เช่น ระดับพื้นฐานครอบครัว ความรู้หรือการศึกษา อายุในการทำงาน รวมทั้งรายได้ที่ได้รับมีผลต่อความรับผิดชอบในการทำงานที่แตกต่างกัน

ประเด็นเหล่านี้ ล้วนเป็นผลที่ทำให้เกิดความสนใจ การสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ ที่แตกต่างกันทั้งสิ้น จึงควรคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความสนใจ โดยมีลักษณะที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมบนหลักพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ ที่จะทำให้นักงานและองค์กรได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน จึงจะสามารถเสริมสร้างความรู้สึกนึกคิดให้นักงานเกิดความอยากรู้และมีส่วนร่วมให้มากยิ่งขึ้น

Quality : คุณภาพของข้อมูลข่าวสารและช่องทางที่เลือกใช้ สอดคล้องตามความต้องการของพนักงาน ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานและการสื่อสารความในเชิงคุณภาพ

Variety : ความหลากหลายทางการสื่อสาร เพื่อให้มีทางเลือกที่เหมาะสม สร้างการตอบสนองความต้องการ ของพนักงานที่มีความหลากหลายเช่นกัน

Communication Response การตอบสนองทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ของพนักงานปฏิบัติการ

Customization : การปรับแต่ง คัดกรอง ให้กลมกลืน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตามคุณลักษณะ คุณสมบัติขององค์กร แปรผันสินค้า บริการ ภารกิจ บทบาทหน้าที่ ที่มีมากมาย

Convenience & Timeliness : การสื่อสารที่คำนึงถึงความสะดวก คล่องตัวถูกที่ ถูกคน ถูกสื่อ ถูกเนื้อหา ถูกเวลา เป็นการอำนวยความสะดวกภายใต้เงื่อนไข ปัจจัย เวลาและสถานการณ์



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร
" www.drphot.com "

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านบริการยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด แบนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กรจนถึงระดับชาติ ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน กับตำแหน่งที่หลากหลาย ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย



การสื่อสารภายใน กับปัจจัยในยุคดิจิทัล สื่อบุคลิกยังทรงพลัง

แม้ว่าปัจจุบัน เป็นยุคแห่งการสื่อสารแบบดิจิทัล องค์กรสามารถนำวิวัฒนาการของเทคโนโลยี มาช่วยสร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจ ใฝ่ใจที่จะเปิดรับข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถกระทำได้ง่าย สบาย สะดวก รวดเร็ว ทันโลก ทันเหตุการณ์ โดยใช้สื่อดิจิทัลต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แม้ว่า จะสามารถเลือกใช้หลากหลายรูปแบบให้คำนี้ถึงเหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม ทวิตเตอร์ ยูทูป จากการศึกษาวิจัยประสิทธิภาพทางการสื่อสารในกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ กลับพบว่าสื่อบุคคล กลับเป็นสื่อที่ทรงพลัง การสื่อสารที่ใช้การส่งผ่านบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กรที่ได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้สนใจในเรื่องนั้นๆ สามารถเป็นตัวเชื่อมสารหรือข้อความเพื่อให้เกิดความชัดเจนได้มากยิ่งขึ้นทั้งสิ้น โดยบุคคล จะเป็นผู้ผลิตสารหรือ Content ขับเคลื่อนต่อไม่ว่าจะเป็นสื่อเก่า หรือสื่อดิจิทัล ก็ตาม

ในปัจจุบันการส่งข่าวสารยังหมายถึงการแข่งขันกับเวลาอย่างเห็นได้ชัด องค์กรที่ออกแบบหรือสร้างระบบการสื่อสารที่ทันสมัย ชัดเจน กระชับและรัดกุม จึงมักจะได้เปรียบคู่แข่งที่น้อยอยู่เสมอ การทำให้พนักงานในแต่ละระดับ จำเป็นต้องออกแบบการสร้างการรับรู้ข่าวสารสามารถกระทำได้หลากหลายวิธี เช่น การจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการ จัดกิจกรรม นำส่งข้อความ จัดประชุม ทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ การใช้เทคโนโลยี สื่อดิจิทัล การเปิดช่องทางหรือสร้างสื่อบุคคลเพื่อให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น หรือเกิดข้อซักถามได้โดยสะดวกอีกทั้งได้ข้อมูลย้อนกลับในทันที เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ข่าวสารไม่เกิดการเบี่ยงเบนจากประเด็นที่ต้องการสื่อให้เห็น พนักงานสามารถเข้าใจสื่อทั้งในรูปแบบของเชิงประมาณและเชิงเหตุผล ได้ลึกซึ้งชัดเจน อันจะก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพของการสื่อสาร รวมถึงการได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของพนักงานในองค์กรในทุกระดับชั้นได้โดยง่ายโดยพนักงานทุกระดับในองค์กรจะซึมซับ และก่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ร่วมกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

Internal Communications ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กร นับเป็นเครื่องสร้างความเข้าใจ สร้างวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรได้ เกิดการเป็นศูนย์รวมให้องค์กรนั้นๆ ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้อง จะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี เป็นศิลปะของการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กร มีลักษณะเป็นเครื่องมือ ซึ่งอาจกระทำได้โดยใช้เครื่องมือในการสื่อความหมายด้วยการพูด การเขียน การใช้สัญลักษณ์ ผ่านช่องทาง กิจกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นรับทราบ เข้าใจ และดำเนินความคิด ในพฤติกรรมที่คาดหวัง

- เป็นเครื่องมือในการบริหารงาน การสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยหลายฝ่าย หลายส่วนงานเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับองค์กร

- เป็นช่องทางที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างความไว้วางใจต่อกัน โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน

- เป็นการร่วมกันปฏิบัติภารกิจขององค์กรและมีการประสานงานระหว่างกัน พร้อมทั้งทั้งทำงานสอดคล้องกันแม้ว่าจะต่างฝ่ายกันก็ตาม แต่เพื่อองค์กรเดียวกัน สามารถใช้การสื่อสารให้เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความ เป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กรให้ได้

- ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เมื่อผสมผสานปัจจัยต่างๆ เข้ากันแล้ว สามารถช่วยทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้ โดยเฉพาะพลังขับเคลื่อนที่นำโดยผู้บริหารที่รู้จักการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างดี