



จัดการสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารภายในองค์กร ให้สอดคล้องและครองใจพนักงานในยุคดิจิทัล

หากจะกล่าวถึงภาพรวมของการสื่อสารองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงานในทุกองค์กร ลักษณะของการสื่อสารตามแบบฉบับขององค์กรที่ประสบความสำเร็จต่างมีทิศทางชัดเจนที่จะนำไปสู่เป้าหมายกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ขององค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร



ความสะดวก รวดเร็วของเครื่องมือสื่อสาร รวมถึงความทันสมัยและความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์กร โดยเฉพาะการทำงานของพนักงานในยุคดิจิทัลที่ได้ปรับเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก โดยเฉพาะรูปแบบของคนที่ทำงานในทุกวันนี้ทุกฝ่ายต่างต้องปรับตัวในการอยู่ร่วมและทำงานกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาทำให้สภาพแวดล้อมในการทำงานเปลี่ยนแปลงไป

การสื่อสารภายในองค์กรสำหรับยุคดิจิทัลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เมื่อองค์กรชั้นนำต่างให้ความสำคัญกับการสื่อสาร การสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดการขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของพนักงาน เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพไปยังลูกค้า ผ่านการสื่อสารภายใน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงาน รวมถึงการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กร จึงเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้องค์กรคำนึงถึงการสื่อสารกับบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพนำมาซึ่งความสำเร็จทางธุรกิจ เมื่อองค์กรชั้นนำกับการเริ่มขับเคลื่อน การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

หลายองค์กรชั้นนำ อาทิ Starbucks ได้ว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกเพื่อดำเนินการวิจัยแบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กร แล้วจึงนำมาออกแบบ ปรับปรุงการสื่อสารภายใน เพื่อให้บุคลากรมีความมั่นใจ เชื่อใจ ไว้วางใจกับองค์กร เน้นไปที่การสื่อสารสองทาง การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร เพื่อที่พนักงานเกิดความเข้าใจในแบรนด์ที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น เพื่อเชื่อมโยงไปถึงแบรนด์ภายนอกที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างการรับรู้ต่อภายนอกองค์กร การสื่อสารแบรนด์ภายในองค์กรให้พนักงานได้ทราบวิสัยทัศน์ เข้าใจในภารกิจ เป้าหมายของแบรนด์ทำให้เกิดความมั่นใจแล้วสื่อสารได้ตรงกับทิศทางของแบรนด์ให้พัฒนา แล้วจึงขับเคลื่อนองค์กรด้วยการจัดรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรไปสู่การปฏิบัติโดยถูกกำหนดลงไปในทุก ๆ หน่วยงานขององค์กรที่จะก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรในที่สุด

นอกจากนี้ ยังพบว่า การสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับการจัดการสภาพแวดล้อมขององค์กร การที่องค์กรจะเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมทางการสื่อสารภายในองค์กรได้ ต้องทราบผลของการตอบสนองกลับจากบุคลากรในองค์กรเสียก่อน แล้วจึงนำมาสนับสนุนเป้าหมาย ภารกิจ เพื่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร



ทัศนคติและความต้องการของพนักงานในยุคดิจิทัล

- พนักงานในภาพรวมมีการศึกษาที่สูงขึ้น
- เข้าถึงเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสารที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย
- มีความต้องการพัฒนาทักษะ เฉพาะด้าน
- มีความคาดหวังต่อองค์กรมากกว่าเดิม
- ต้องการทำงานอย่างมีความสุข มีชีวิตชีวา
- ต้องการมีส่วนร่วมและภาคภูมิใจกับองค์กร
- ความรู้สึกที่เป็นกันเองกับผู้บริหารและองค์กร
- ต้องการทีมงานที่มีคุณภาพและรับผิดชอบร่วมกัน
- ต้องการความก้าวหน้าในการทำงานที่ชัดเจน
- ได้รับผลตอบแทนที่สมเหตุสมผล อธิบายได้
- การรักษาความสมดุลระหว่างงานกับการใช้ชีวิต

เร่งจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กร

การจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรทั้งที่มีอยู่เดิม หรือต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในองค์กรใหม่ การวางระบบการวางแผนการสื่อสารในองค์กร เพื่อสื่อความไปยังพนักงานผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร ในที่สุด

- การสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงาน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาภายในองค์กร
- การเชื่อมต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายขององค์กร ไปสู่พนักงานในทุกๆ ระดับ เพื่อให้มีแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ทำให้เกิดความภาคภูมิใจร่วมกันในองค์กร
- มีช่องทาง กระบวนการที่สนับสนุนการสื่อสารสองทาง เพื่อพนักงานในองค์กรจะรู้สึกดีใจเมื่อความคิดเห็นของตนเองมีผู้รับฟัง และได้รับการตอบสนอง



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร " www.drphot.com "

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ
ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการศึกษา
ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด
แบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กรจนถึงระดับชาติ
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
กับตำแหน่งที่หลากหลาย
ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

- **ลดช่องว่าง ในการเข้าถึงผู้บริหารระดับสูง** หากเมื่อใดที่พนักงานรู้สึกว่า ผู้บริหารระดับสูงทำตนเห็นห่าง ไม่พยายามสนใจจะนำไปสู่การขาดความร่วมมือจากพนักงาน
 - **ใช้เทคโนโลยีและกิจกรรมสนับสนุนการสื่อสารให้มากขึ้น** ในการสื่อสารยุคใหม่ หลายองค์กรได้สร้างระบบสารสนเทศภายในองค์กร หรือรูปแบบกิจกรรมที่เข้ากับคุณลักษณะขององค์กร
 - **สร้างบรรยากาศในการมีส่วนร่วม** เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น และก่อให้เกิดการสร้างความคิดสร้างสรรค์ร่วมกันและเป็นช่องทางที่ได้สื่อสารวิสัยทัศน์ต่อพนักงานในองค์กรด้วยรูปแบบ และภาษาที่เหมาะสมในการสื่อความ
 - **องค์กรต้องทำความเข้าใจกับพนักงานในบริบทใหม่** ทั้งรูปแบบการใช้ชีวิต ความสนใจ ความเป็นอยู่ กระแสสังคม เป้าหมายของเขาเหล่านั้น เมื่อเทียบกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อปรับให้เป็นพันธะสัญญาร่วมกันระหว่างพนักงานกับองค์กร
 - **การจัดการกับข้อมูลเท็จและข่าวลือขององค์กร** การจัดการกับระบบข้อมูลข่าวสาร ไม่ปล่อยให้มีความเคลือบแคลงสงสัย เข้าใจผิด ด้วยการให้ข้อมูลที่ชัดเจน บริหารข้อมูลเครือข่ายการสื่อสารที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
- ดังนั้น แนวทางการสื่อสารในองค์กรสำหรับพนักงานยุคดิจิทัล ให้บรรลุเป้าหมาย ประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรจำเป็นต้องศึกษาถึงสภาพการณ์ของรูปแบบการทำงาน การใช้ชีวิตของพนักงานและตระหนักถึงการจัดการสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและการสื่อสารพร้อมขับเคลื่อนความร่วมมือของพนักงานด้วยความเข้าใจไปด้วยกัน