

นิวมิเดียกับการสื่อสารภายในองค์กร

เยาวลักษณ์ โหตรภวานนท์

องค์กรที่หวังความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืนไม่ว่าองค์กรขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ต่างเห็นความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร ที่ให้ความสำคัญการสื่อสารกับพนักงาน ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากหลายปัจจัย และแตกต่างกันไปตามลักษณะขององค์กร มีทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน และปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในทุกองค์กรเป็นเรื่องของวิธีการสื่อสารและเทคโนโลยีการสื่อสาร ยิ่งในองค์กรที่มีพนักงานจำนวนมากและกระจายกันอยู่ในที่ต่างๆ ด้วยแล้ว การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้อย่างเหมาะสมจะช่วยให้การประสานงานรวดเร็วมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งที่เป็นข้อความ เสียง รูปภาพ ไฟล์วิดีโอ ปัจจุบันแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือสื่อสาร เครื่องช่วยคอมพิวเตอร์ ทำให้การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลพวงของการเติบโตของเทคโนโลยีไร้สาย ที่สื่อสารกันได้ไม่จำกัดทั้งเรื่องราวก่อนนำเสนอ ทั้งสถานที่และเวลาที่ขยายไปอย่างไร้ขอบเขต และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของหลายๆ คนเพิ่มขึ้น สามารถอำนวยความสะดวกสบายทั้งในการทำงานและการสร้างความบันเทิง แต่ก็แย่งเวลาความเป็นส่วนตัวทำให้เรารู้สึกว่าเทคโนโลยีพวกนี้เริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตไปแล้ว ความมหัศจรรย์ของเครือข่ายบนโลกออนไลน์ส่งผลที่ไม่ใช่แค่เปลี่ยนชีวิตแต่มีผลกระทบเชื่อมโยงไปยังสังคม วิวัฒนาการใหม่ๆ ของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ จัดกันไว้ว่าเป็นสื่อใหม่ หรือ “นิวมิเดีย” ไม่ว่าจะเป็นการใช้ อีเมล การ chat กันด้วย msn การสร้างเพจของตัวเองใน บล็อกต่างๆ และล่าสุดบริการอย่าง... Twitter ... Facebook ... You Tube ที่เกิดขึ้นเป็นปรากฏการณ์การสื่อสารของชุมชนบนโลกออนไลน์ หรือเรียกกันว่า สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เปลี่ยนการสื่อสารระหว่างคนต่อคน คนต่อองค์กร โดยได้เปิดโอกาสให้คนทั่วไป มีเวทีในการสร้างเนื้อหา และสื่อออกไปให้สาธารณชนได้อ่าน เกิดปฏิสัมพันธ์สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพ กับผู้อื่น กลายเป็นสังคมที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน นับเป็นช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็ว และต่างก็กำลังมาแรงด้วยความเร็วที่สูงยิ่ง ก็ยิ่งทำให้โลกปัจจุบันทั้งแคบลง ...น่าทึ่ง ...ชวนติดตาม เป็นโลกที่สามารถสร้างความน่าตื่นตาตื่นใจสำหรับนักการสื่อสารในแทบทุกระดับ และทุกวงการ

เทคโนโลยีการสื่อสารทุกวันนี้ได้สร้างสรรค์วิธีการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่สะดวกรวดเร็วแล้ว องค์กรสามารถนำไปใช้สื่อสารภายในองค์กรได้ ซึ่งนอกจากจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารขององค์กรได้แล้ว ยังสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสื่อสารในองค์กรได้อีกด้วย ในหลายๆ องค์กรก็ปรับตัวได้เร็ว สามารถติดตามและเลือกหยิบ “นิวมิเดีย” มาพัฒนาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารภายในองค์กรกันบ้างแล้ว แต่หลายๆ องค์กร...ยังลังเล ... ยังตัดสินใจไม่ได้...ยังไม่แน่ใจว่าจะไปทางไหนดี... ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร... จะเสี่ยงหรือไม่? ... ยังใคร่ตรงไม่จบว่าใช้แล้วจะคุ้มหรือไม่...หรือกำลังศึกษาอยู่...หรืออยู่ระหว่างวางกลยุทธ์การใช้งาน...!!!

จุดมุ่งหมายของการสื่อสารในองค์กรที่เกิดขึ้น ตั้งแต่... การให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน... การออกคำสั่ง... การประสานงานกัน... การแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน...การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ... การจูงใจและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันทำงาน... การขจัดข้อขัดแย้ง... การแก้ไขปัญหา... การแสดงความรู้สึกต่างๆ

จะยิ่งมามากแค่ไหนหากผู้บริหารและพนักงาน แต่ละคนตระหนักและเข้าใจ พร้อมทุ่มเทให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กร ยิ่งเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นกับองค์กรด้วยแล้วต้องช่วยกันปกป้องชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร ก่อนที่จะมีการสื่อสารไปสู่ภายนอกต้องมีการสื่อสารภายในองค์กรก่อน เพื่อให้พนักงานภายในรู้แจ้งเห็นจริงในข้อมูลข่าวสาร และตอบโต้เป็นเสียงเดียวกัน ไม่ใช่ปล่อยให้พนักงานมีนางสงสัยรับทราบข้อมูลองค์กรจากสื่อมวลชน หากการสื่อสารภายในองค์กรไม่เข้มแข็ง เลือกใช้วิธีการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารไม่ดี ย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก

การติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กรมีการจัดเครือข่ายการสื่อสารในหลายระดับ ได้แก่

...การสื่อสารระดับบนสู่ล่าง จากผู้บริหารสู่พนักงาน หรือ

...การสื่อสารระดับล่างสู่บน จากพนักงานติดต่อขึ้นตามลำดับชั้นจนถึงผู้บริหาร หรือ

...การสื่อสารระดับเดียวกัน ระหว่างบุคคลระดับเดียวกัน ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือ

...การติดต่อสื่อสารกันแบบทุกช่องทาง เป็นเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่มีการประสานกันได้ทุกจุด

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ใช้กันอยู่ ได้แก่

กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารหรือนิตยสารภายในองค์กร โปสเตอร์ แผ่นปลิว ใบแทรก เป็นสื่อที่ใช้กันมาแต่ดั้งเดิมจวบจนปัจจุบัน

กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ อินทราเน็ต และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร นับเป็นสื่อใหม่สามารถเข้าถึงพนักงานที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้งาน ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสามารถพัฒนาเข้ากับสื่อภายในองค์กรในรูปแบบอื่น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มสื่อกระจายเสียง เช่น เสียงตามสายผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์เผยแพร่ภายใน

กลุ่มสื่อบุคคล เช่น ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน ผ่านการประชุม การสนทนา การสัมภาษณ์ การนำเสนองาน

กลุ่มสื่ออื่นๆ เช่น Call Center บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายสัญลักษณ์ จดหมายเวียน จดหมายข่าว คำสั่งประกาศ รายงาน เสียงผ่านโทรศัพท์ภายใน SMS ผ่านโทรศัพท์มือถือ

กลุ่มสื่อกิจกรรม เช่น การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ในโอกาสต่างๆ วันขึ้นปีใหม่ วันครบรอบ วันครอบครัว วันครบรอบการสถาปนาองค์กร วันเด็ก วันคุณภาพ วันกีฬา

จากรูปแบบการสื่อสารที่องค์กรส่วนใหญ่ใช้กันอยู่แล้ว เมื่อเกิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และรอบๆ องค์กร ได้กลายเป็นสังคมเครือข่ายแบบออนไลน์กันไปมากมาย องค์กรต่างๆ จึงมีอาจเพิกเฉยต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการสร้างเครือข่ายบนสังคมออนไลน์ และสร้างให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะเป็นช่องทางที่ช่วยให้การถ่ายทอดข่าวสารในองค์กรสะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ เปิดให้โอกาสให้พนักงานในองค์กรได้รับรู้และมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นมากขึ้น มีส่วนส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันมากขึ้น เอื้ออำนวยให้การสื่อสารระหว่างพนักงานที่อยู่ห่างไกลและกระจัดกระจายกันเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว แล้วก็ไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แต่ก็ส่งผลกระทบต่อองค์กรได้เช่นกัน ...เพราะไม่ยากที่จะควบคุมทิศทางและเนื้อหาของสื่อได้เหมือนอย่างที่เคยเป็นมาในอดีต พนักงานสามารถเป็นผู้ส่งสาร คือมีอำนาจในการเสนอเนื้อหา จากแต่เดิมเป็นเพียงผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว

ดังนั้นการที่องค์กรจะนำ “นิวมิเดีย” มาใช้ในการสื่อสารกับพนักงานภายในองค์กรจึงต้องพิจารณาทำอย่างรอบคอบ มีกลยุทธ์ ทำความเข้าใจกับความหลากหลายของสื่อแต่ละรูปแบบ โดยเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีหลายปัจจัยที่ต้องพิจารณาตั้งแต่ ...โครงสร้างขององค์กร...รูปแบบการสื่อสาร...เนื้อหาการสื่อสาร...ธรรมชาติของการสื่อสารในองค์กร...วิธีการสื่อสารของพนักงานในองค์กร...ช่องทางการสื่อสาร... วัตถุประสงค์ของงาน...ลักษณะงาน ... ความรู้เกี่ยวกับสื่อของพนักงาน จึงต้องมีการวางแผนในการนำมาใช้ กำหนดนโยบายให้ชัดเจน ระบุให้ได้ว่าสิ่งไหนเหมาะสมกับองค์กร หากความลงตัวให้ได้ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตั้งเป้าหมาย กรอบเวลา เนื้อหา ความต่อเนื่อง การมีส่วนร่วม กำหนดผู้ดูแลไว้ใน โครงสร้างองค์กร ให้ชัดเจน เพราะเป็นงานที่ต้องทำในระยะยาว เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ต้องมีความเข้าใจในการใช้สื่อ วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย รู้แนวโน้มและความสนใจของพนักงาน เข้าใจพฤติกรรมพนักงานบนโลกยุคดิจิทัล มีความพร้อมในการรับฟังความคิดเห็น คำติชม ต้องเตรียมแผนในการอธิบายดังนั้นการสื่อสารต้องมีความระมัดระวังมากขึ้น.....แล้วองค์กรก็จะใกล้ชิดกับพนักงานมากขึ้นและมากขึ้น

สำหรับบางองค์กรที่ปล่อยให้การสื่อสารเป็นไปตามธรรมชาติมานาน ก็อาจใช้โอกาสนี้ตรวจสอบการสื่อสารในองค์กรเพื่อประเมินคุณภาพของการสื่อสารที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไปในคราวเดียวกัน...หาจุดอ่อนจุดแข็ง สร้างมิติใหม่ทางการสื่อสาร เพื่อนำไปสู่การสร้างและการยกระดับการสื่อสารและการนำ “นิวมิเดีย” มาใช้ในการสื่อสารกับพนักงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานในองค์กรบรรลุเป้าหมาย ช่วยส่งเสริมศักยภาพขององค์กรได้อย่างดี ช่วยสร้างภาพลักษณ์ด้าน Innovation ให้กับองค์กร มิใช่เพียงทำเพราะตามกระแส

แม้ว่าองค์กรต้องปรับตัว เพื่อให้อยู่บนโลกดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม แต่ก็อย่ามัวเพลิดเพลินกับการสื่อสารด้วย “นิวมิเดีย” จนละเลยสื่อดั้งเดิมไป “นิวมิเดีย” ยังไม่ได้เข้ามาแทนที่วิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ทุกวันนี้ก็ยังใช้กันอยู่ เพียงแต่ได้เข้ามาช่วยเสริมไปกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรในรูปแบบเดิม นักการสื่อสารก็ยังคงใช้การสื่อสารแบบดั้งเดิมควบคู่ไปกับการต้องเกาะติดเทรนด์การสื่อสารที่ใช้ “นิวมิเดีย” อย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อผสมกลยุทธ์นำไปบริหารจัดการและประยุกต์ใช้ให้ทันต่อยุคสมัย ให้เหมาะสมอย่างดีที่สุดกับองค์กรที่ต้องอยู่ในโลกที่การสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไม่มีที่สิ้นสุด