

การสื่อสารในองค์กรของเจ้าหน้าที่ศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่

พินทรพนธ์ พรหมเสน, ฤกษ์ จตุรงค์ศรี

ศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่

เป้าหมายและวัตถุประสงค์/แรงบันดาลใจ

ปัญหาด้านการสื่อสารภายในองค์กรของศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่ ที่พบในปัจจุบันคือ ผู้ปฏิบัติงานไม่ได้รับข่าวสาร เช่น บางรายมีการกิจพิเศษที่สำคัญเร่งด่วน และจำเป็นต้องออกไปปฏิบัติราชการนอกสถานที่ ส่งผลให้ไม่ได้รับข่าวสารหรือได้รับช้าเกินไปจนเกินกำหนดเวลาที่จะปฏิบัติตามคำสั่งในสารที่ถูกส่งออกไป เป็นต้น

กระบวนการสร้าง KM

การสื่อสารในองค์กร คือ เครื่องสร้างความเข้าใจ เป็นศูนย์รวมให้องค์กรทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากองค์กรแต่ละองค์กรมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง มีการสื่อสารที่แตกต่างกัน การเลือกใช้การสื่อสารที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมของแต่ละองค์กร จึงมีความสำคัญและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และเป็นเครื่องมือสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน ศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่ได้มีการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสาร ในองค์กร จำนวน 7 ช่องทาง ได้แก่ ระบบสารสนเทศภายในองค์กร หนังสือเวียน การประชุม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรศัพท์ บุคคล และสื่อสังคมออนไลน์ โดยการทำการสอบถามบุคลากรพบว่าช่องทางการสื่อสารที่รับรู้มากที่สุดได้รวดเร็วที่สุด คือ โทรศัพท์ เสียงตามสาย และ Application Line ร้อยละ 86.3, 55 และ 42.5 ตามลำดับ ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจมากที่สุด คือ โทรศัพท์ สื่อสารผ่านบุคคลเช่นหัวหน้าเพื่อนร่วมงาน และ Application Line ร้อยละ 55, 35 และ 22.5 ตามลำดับ ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่พึงพอใจมากที่สุด คือ สื่อสารผ่านบุคคลเช่นหัวหน้าเพื่อนร่วมงาน โทรศัพท์ และ Application Line ร้อยละ 33.8, 32.5 และ 21.3 ตามลำดับ ช่องทางที่ไม่รับรู้ไม่เข้าใจและไม่พึงพอใจที่สุดคือระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นคือ websiteศูนย์ฯ ระบบ could กลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ (Generation) มีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป (กลุ่ม Baby Boomer) เน้นการติดต่อสื่อสารด้วยวาจาและเอกสารลายลักษณ์อักษร เช่น โทรศัพท์ หนังสือเวียน Line ในขณะที่กลุ่มช่วงอายุ 31 - 50 ปี (กลุ่ม Generation X) เป็นกลุ่มคนจำนวนมากที่สุดขององค์กร ร้อยละ 64 สามารถปรับตัวให้เข้ากับช่องทางการสื่อสารได้อย่างหลากหลายทั้งสื่อ ดั้งเดิมและสื่อใหม่ ไม่ว่าจะเป็น intranet e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับกลุ่มช่วงอายุน้อย กว่า 31 ปี (กลุ่ม Generation Y) มีความชื่นชอบการสื่อสารแบบ 2 ทาง ที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย คือโทรศัพท์เป็นช่องทางที่พึงพอใจมากที่สุด บุคลากรที่ทำงานเป็นกะ(ขึ้นเวรบายดึก) ชอบการสื่อสารผ่านทาง Application Line มากที่สุด ประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้ศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่สามารถบริหารจัดการเครื่องมือสื่อสาร ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวทางการขยายผลหรือพัฒนาต่อยอด

การพัฒนาแนวปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกช่องทางการสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม