

การสื่อสารในองค์กรสาธารณสุข

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ช่อทิพย์ บรมธนรัตน์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

การสื่อสาร (Communication) ถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับมนุษย์ การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคมมนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆและเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม การสื่อสารเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ ความคิด อารมณ์และความรู้สึกของคนจากคนหนึ่งไปยังคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน การสื่อสารองค์กรเป็นกระบวนการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั่วทั้งองค์กร กับบุคลากรทุกระดับในองค์กร โดยอาศัยการประสานกันระหว่างหลักการสื่อสารและทรัพยากรประเภทต่างๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กรและสังคม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสถานการณ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์องค์กรตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ มุ่งเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม การสื่อสารแต่ละส่วนนั้นจะต้องถ่ายทอดและเน้นเกี่ยวกับเอกลักษณ์ขององค์กร

ในปัจจุบันการสื่อสารองค์กรมีความสำคัญทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจ และองค์กรสาธารณสุข การติดต่อสื่อสารที่ดีมีความต่อเนื่องและรวดเร็ว นับเป็นกุญแจสำคัญมาก การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีชัดเจนจะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหารเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร บุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจและเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจนและส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆที่จะเกิดขึ้นในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก

การสื่อสารในองค์กรมีคำภาษาอังกฤษใช้อยู่ 2 คำ คือ “Organizational Communication” นิยมใช้ในองค์กรภาครัฐ และ “Corporate Communication” คนส่วนใหญ่เข้าใจกันว่านิยมใช้ในองค์กรภาคธุรกิจ ทั้งนี้ แนวคิดของการสื่อสารองค์กร (Corporate Communication) มิได้เจาะจงเฉพาะองค์กรธุรกิจ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการตีความคำว่า Corporate ซึ่งคนส่วนใหญ่มักพิจารณาว่าเกี่ยวพันโดยตรงกับ Corporation หรือบริษัท แต่การทำความเข้าใจการสื่อสารองค์กรที่ถูกต้องนั้นควรอ้างอิงรากศัพท์ดั้งเดิมในภาษาละติน คือคำว่า “Corpus” ซึ่งหมายถึง องค์ หรือ Body อันสะท้อนถึงสำนักความเกี่ยวพันเป็นหนึ่งเดียว นอกจากนี้ “Corporate” หมายถึงการก่อรูปขึ้นเป็นองค์กรรวม (Cornelissen J., 2011: 5) ดังนั้น การสื่อสารองค์กรจึงไม่พิจารณาหลักการเฉพาะด้านต่างๆ แยกจากกัน หรือจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ออกจากกัน แต่การสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั้นจะต้องให้ความสำคัญและเริ่มต้นภารกิจในลักษณะที่เป็นภาพเดียวกันขององค์กรรวม ที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความหมายของ Corporate Communication มิได้จำกัดเฉพาะการสื่อสารขององค์กรประเภทธุรกิจ แต่ครอบคลุมถึงการสื่อสารขององค์กรประเภทต่างๆ ทั้งที่เป็นประเภทเอกชนและประเภทรัฐ ทั้งที่เป็นธุรกิจ ซึ่งมุ่งแสวงกำไร และประเภทไม่แสวงกำไร ทั้งนี้ เนื่องจาก องค์กรเหล่านี้ล้วนดำเนินงานท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้องค์กรหันมาตระหนักถึงคุณค่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการดึงดูดความสนใจ จากสาธารณชนกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ได้

รับการสนับสนุน (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, <http://elearning2.utcc.ac.th/officialtcu/econtent/CP201/doc3.pdf>)

นักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามของการสื่อสารองค์กร (Organizational Communication หรือ Corporate Organization) ไว้หลากหลายทั้งในลักษณะที่เป็นภาพกว้างและในลักษณะที่เฉพาะองค์ประกอบดังต่อไปนี้

“การสื่อสารองค์กร” (Organizational Communication) หมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้ส่งสาร ได้ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับสาร เพื่อถ่ายทอดหรือโยกย้ายข้อมูลข่าวสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งโดยทำการใส่รหัส (Encoding) หรือ สัญลักษณ์ (Symbols) ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการสื่อสารด้วยวาจาและไม่ใช่วาจาแล้วทำการถอดรหัส (Decoding) โดยการแปลความหมายสัญลักษณ์ต่างๆ ในข่าวสารตามความเข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งการแปลข่าวสารขึ้นอยู่กับทักษะ ทักษะคิด ความรู้ และระบบวัฒนธรรมของสังคมของทั้งผู้ส่งข่าวสารและผู้รับข่าวสาร และมีการป้อนกลับ (Feedback) เป็นการส่งข่าวสารจากผู้รับข่าวสารกลับไปยังผู้ส่งสาร (Schermehorn 2010, 406-407)

“การสื่อสารองค์กร” (Corporate Communication) หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารโดยรวมทั้งหมดซึ่งจัดทำขึ้นโดยองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางแผนไว้ การสื่อสารองค์กรเป็นวิธียุทธศาสตร์ที่ได้รวบรวมเอาการดำเนินงานสื่อสารทั้งหมดขององค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อมุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม โดยการสื่อสารแต่ละชนิดจะต้องถ่ายทอดและเน้นเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ขององค์กร ทั้งนี้การสื่อสารองค์กรครอบคลุมถึงการสื่อสารทุกอย่างขององค์กร อาทิ การประสานงานระหว่างหลักการสื่อสารด้านต่างๆ และทรัพยากรประเภทต่างๆ ซึ่งดำเนินตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยมีองค์กรหรือองค์ประกอบขององค์กรเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารทุกอย่างขององค์กร (Riel & Fombrun, 2007: 25)

การสื่อสารองค์กรมีความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการจัดการ การสื่อสารองค์กรเป็นการส่งข้อความผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสารในวิธีการสร้างสังคม การสื่อสารองค์กรเป็นวิธีการใช้ภาษาในการสร้างสรรค์ชนิดความแตกต่างของโครงสร้างทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์ ทีม และเครือข่ายต่าง ๆ คำนิยามเดิมเน้นข้อจำกัดการสื่อสารที่กำหนดโครงสร้างองค์กรที่มีอยู่ก่อน และคำนิยามในภายหลังเน้นศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของศักยภาพการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสใหม่ในการจัดระเบียบองค์การที่เป็นไปได้ทุกอย่างก็ตาม สื่อสารองค์กรอาจจะเป็นประโยชน์ในการสร้างสมดุลของความคิดสร้างสรรค์และข้อจำกัด แต่ก็ไม่ทั้งหมดที่มีข้อจำกัด หรือความคิดสร้างสรรค์คำจำกัดความของการสื่อสารองค์กรเป็นการสร้างสมดุลของความคิดสร้างสรรค์ และข้อจำกัด ที่มุ่งเน้นวิธีการให้บุคคลใช้สื่อสารเพื่อลดความตึงเครียดระหว่างการทำงานภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างองค์กรที่มีอยู่ก่อนและส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า “การสื่อสารองค์กรสาธารณสุข” (Health Organizational Communication หรือ Health Corporate Communication) หมายถึง กระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างองค์กรสาธารณสุขกับบุคลากรทุกระดับทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กรและสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์เป็นการบูรณาการวิธีการสื่อสารทุกอย่างขององค์การเข้าด้วยกัน โดยอาศัยการประสานระหว่างหลักการสื่อสารด้านต่างๆ และทรัพยากรประเภทต่างๆ ดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ขององค์กรที่วางไว้ มีองค์กรเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารทุกอย่างเน้นวิธีการสื่อสารแบบสองทางระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและยินดีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของตนเองร่วมกับผู้อื่นรวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้ง่ายและทั่วถึง ทั้งนี้การสื่อสารแต่ละชนิดจะต้องถ่ายทอดและเสริมสร้างสำนึกเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ขององค์กร รวมทั้งนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน

การสื่อสารเป็นเครื่องมือและปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารและจัดการองค์กรเป็นสิ่งที่นำไปสู่การปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดความสามัคคีกันในหมู่คณะมีความเป็นเอกภาพ บุคลากรร่วมมือร่วมใจดำเนินงานและนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้และประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- เทพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2540) “บทที่ 10 การสื่อความหมาย” ใน พฤติกรรมองค์การ พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุงใหม่ กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- ธงชัย สันติวงษ์ (2540) พฤติกรรมองค์การ: การศึกษาการบริหารพฤติกรรมองค์การเชิงบริหาร พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี(2548) พฤติกรรมองค์การ แปลและเรียบเรียงจาก Organizational Management By Stephen P. Robbins.กรุงเทพมหานคร:บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโด ไชน่า จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) การจัดการและพฤติกรรมองค์การ (Management and Organization Behavior)กรุงเทพมหานคร: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด
- สมชาติ โตรักษา(2548) “บทที่ 7 การจัดระบบข้อมูลข่าวสารและระบบการติดต่อสื่อสารของ องค์การ” ใน หลักการบริหารโรงพยาบาล ภาคที่ 1 หลักการบริหารองค์การและหน่วยงาน เล่ม 2 พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอสพีเอ็นการพิมพ์
- ภาพประกอบ Banner จาก oknation.net ; info.sound-connect.com