

การสื่อสารองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด -19
กรณีศึกษา ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก
ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN THE SITUATION OF COVID – 19
SPREADING: A CASE STUDY OF GOLDEN JUBILEE MEDICAL CENTER

เพ็ญสินี วิพัฒน์ครุฑ¹ และ สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์²

Pensinee Wipatkrut and Somdech Rungsrissawat

Article History

Received: 10/03/2022

Revised: 01/10/2023

Accepted: 01/10/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการและการใช้สื่อในสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงอิทธิพลของบรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรอีกทั้งอิทธิพลของความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 26 คน ผลการศึกษพบว่า 1) ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมีการใช้รูปแบบการสื่อสารทุกรูปแบบเน้นการใช้สื่อใหม่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ 2) มีการสื่อสารด้วยการให้ข้อมูล เพื่อมุ่งเน้นแก้ปัญหา พร้อมทั้งจะให้ข้อมูลอย่างเปิดเผยจริงใจ มีการเอาใจใส่ต่อทุกกลุ่มผู้รับสาร สร้างความเสมอภาคต่อการเข้าถึง เข้าใจข้อมูลข่าวสารและมีความยืดหยุ่นในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก 3) การสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน การสร้างความเพลิดเพลินในงานและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานอันเป็นเหตุให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และ 4) มีการให้ความช่วยเหลือทั้งบุคลากรและบุคลากรภายนอกอย่างเป็นมิตรคำนึงถึงผู้อื่นเป็นหลักมีความอดทนอดกลั้นในการทำงานและการสื่อสาร พร้อมทั้งให้ความร่วมมือและสร้างสำนึกในหน้าที่ ที่ตนเองได้รับอย่างเต็มร้อย

คำสำคัญ: การสื่อสารองค์กร โควิด 19 ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Ph.D. (Candidate) in Communication Arts, Communication, Suan Sunandha Rajabhat University
E-mail: pensinee.wip@mahidol.ac.th *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Associate Professor of Communication Arts, Communication, Suan Sunandha Rajabhat University

ABSTRACT

The research aimed to study the model, methods and effective use of media in corporate communication. Including the influence of the supportive communication atmosphere on the efficiency of corporate communication. As well as the influence of corporate engagement on effective communication and good corporate membership behavior affects organizational communication efficiency of Golden Jubilee Medical Center in the situation of COVID – 19 spreading. Used a qualitative research methodology. It consists of informal discussions and In-depth interview with 26 peoples. The results showed that 1) The Golden Jubilee Medical Center uses all forms of communication. Emphasis on using new media for efficiency 2) communicate with information to focus on solving problems, ready to provide information openly and sincerely, there is attention to all groups of recipients, create equality of access, understand information and have the flexibility to internally and externally communicate. 3) Creating a sense of unity with work, creating enjoyment at work and motivation to work which causes the relationship with the organization and 4) There is assistance to both personnel and friendly outsiders taking into account others, have patience in work and communication, as well as to cooperate and create a sense of duty.

Keywords: Organizational Communication, COVID 19, Golden Jubilee Medical Center

บทนำ

ประเทศไทยต้องมีการรับมือจากผลกระทบของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งถือว่าเป็นภาวะวิกฤติ ความเสี่ยงของประเทศ องค์กร และประชากร จึงจำเป็นต้องได้รับการจัดการที่เหมาะสม ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญอย่างยิ่งการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ทำให้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการหรือทำให้ส่งข่าวสารให้กับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วทุกองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการจัดการข้อมูลข่าวสารมากขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคลากรทุกฝ่ายขององค์กร ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้และรับข่าวสารจำนวนมากและเป็นปัจจุบัน การที่จะทำให้ได้มาซึ่งข่าวสาร จำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้และเป็นประโยชน์การสื่อสารองค์กร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับองค์กรหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นเส้นเลือดใหญ่ขององค์กร โดยไวรัสดังกล่าวเป็นสาเหตุของโรคทั้งในสัตว์และคน ซึ่งในคนนั้นไวรัสโคโรนาหลายสายพันธุ์ทำให้เกิดโรกระบบทางเดินหายใจตั้งแต่โรคหวัดธรรมดาจนถึงโรคที่มีอาการรุนแรง จึงถือเป็นอุบัติโรคใหม่ที่ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคม ปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด 19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่ว ส่งผลกระทบแก่หลายประเทศทั่วโลก องค์กรอนามัยโลกได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็น “การระบาดใหญ่” หรือ pandemic หลังจากเชื้อลุกลามไปอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลก (กรมควบคุมโรค, 2563)

ดังนั้นทุกองค์กรจึงควรให้ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารองค์กรในภาวะวิกฤติ ด้วยระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะส่งผลให้องค์กรบรรลุเป้าหมายการสื่อสารองค์กรอันหมายถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารความคิดและทัศนคติในองค์กรของกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันแต่มีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันทั้งนี้เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนั้นแล้วยังช่วยให้เกิดการควบคุมพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรได้ด้วย เพื่อส่งเสริมการยอมรับเป้าหมายและการดำเนินงานขององค์กร เพื่อใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจ ถ้าหากได้รับข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงทั้งหมดนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะทำให้สมาชิกในองค์กรมีความสุขในการทำงาน ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรสามารถวัดได้จากคุณภาพของการสื่อสารองค์กร กล่าวคือประสิทธิภาพของการทำงานจะมีสูงขึ้นถ้าการสื่อสารองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกันหากการสื่อสารองค์กรเต็มไปด้วยอุปสรรคและปัญหาในการสื่อสาร ประสิทธิภาพและคุณภาพ ผลงานขององค์กรจะลดต่ำลงอย่างมาก

สำหรับองค์กรทางการแพทย์ที่ถือว่าเป็นด่านหน้าในการรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยรูปแบบและกระบวนการที่รัดกุม ทั้งในด้านการทำหัตถการและการเฝ้าระวัง เพื่อตรวจจับการระบาดของโรคในประชากรกลุ่มเสี่ยงได้อย่างทันเวลา และดำเนินการในสถานที่ที่คนอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก (กรมควบคุมโรค, 2564) ซึ่งการเฝ้าระวังและการรักษานั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยกลยุทธ์และวิธีการในการสื่อสาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นอย่างตระหนักรู้และหลีกเลี่ยงความตระหนก อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและคาดเคลื่อนได้ ดังนั้นข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งออกมา นั้น จึงจำเป็นต้องกลั่นกรองในทุกมิติอย่างรอบด้าน เพื่อให้เกิดการรับสารที่ถูกต้อง เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ด้วยการป้องกันข่าวปลอม ก่อให้เกิดความเข้าใจและแก้ไขสิ่งที่เป็นวิกฤติ การสื่อสารของหน่วยงานด้านหน้าอย่างโรงพยาบาลที่ถือว่าเป็นองค์กรที่มีความรู้ในเรื่องของโรครบาดดังกล่าวมากที่สุดกว่าองค์กรใด ๆ นั่นเอง

โดยองค์กรจำเป็นที่จะสร้างบรรยากาศการสื่อสารองค์กรที่เป็นไปอย่างเป็นกันเอง เปิดใจรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จะส่งเสริมการสื่อสารในระบบเปิดหรือการสื่อสารสองทาง ซึ่งถือเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของกิบป์ (Gibb, 1961) ที่ว่าบรรยากาศการสื่อสารแบบสนับสนุนจะทำให้บุคลากรมีขวัญและกำลังใจ มีการช่วยเหลือปรึกษาหารือ และทำให้บุคลากรร่วมกันทำงานอย่างสร้างสรรค์ ทำให้งานประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ สุภิญญา รัชมีธรรมโชติ (2556) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า เมื่อบุคลากรที่มีความผูกพันกับองค์กรจะแสดงออกถึงการทำงานที่มุ่งมั่น กระตือรือร้น และทุ่มเทให้แก่งานอย่างเต็มที่และเต็มกำลังความสามารถแล้ว บุคลากรเองก็ทำงานอย่างมีชีวิตชีวา เต็มไปด้วยความสุข และสนุกกับการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความเพลิดเพลินในการทำงานของ ซีกส์เซนตมีทาลยี (Csikszentmihalyi, 1990) และ เบ็คเกอร์ (Bakker, 2008) ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในจากการที่ได้ทำงานที่ตนเองปรารถนา จึงทำให้สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข รู้สึกเพลิดเพลินไปกับงาน ไม่ว่างานที่ทำ จะมีปัญหาหรืออุปสรรคเพียงใด ก็ยังสามารถปฏิบัติงานนั้นต่อไปเพื่อให้งานสำเร็จ โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก และไม่สนใจในเรื่องของเวลาด้วย

ดังนั้นองค์กรทางการแพทย์ก็ต้องประเมินผลกระทบในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องและพิจารณาให้ความช่วยเหลือ เยียวยา ทั้งด้านกายภาพ ภาพลักษณ์ วิกฤติ สร้างความมั่นใจให้กลับคืนมาโดยเร็วกับกลุ่มเป้าหมายการเรียนรู้จากกรณีศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจต่อรูปแบบ วิธีการและการใช้สื่อในการแก้ไขภาวะวิกฤติที่เป็นความเสี่ยงของทั้งประเทศและองค์กร เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในการศึกษาหรือนำข้อมูลไปใช้เพื่อพัฒนาวางแผน และปรับปรุงการสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้บุคลากร ประชาชนทั่วไปและผู้รับบริการเกิดความผูกพันกับองค์กรและมีพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการและการใช้สื่อในการสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงอิทธิพลของบรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร อีกทั้งอิทธิพลของความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019

การทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior : OB) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ บุคคล (Individual) กลุ่ม (Group) และ โครงสร้าง (Structure) ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินและ พฤติกรรมของบุคคลในองค์กร ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ การดำเนินการขององค์กร ให้ดียิ่งขึ้น หรือเป็นการศึกษาถึง ความรู้สึก ความคิด พฤติกรรมของบุคคล ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน ขององค์กร โดยโรบินส์ และจูดจ์ (Robbins and Judge, 2015) ได้เสนอเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมองค์กร สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงจากระดับบุคคลแต่ละคน (Individual level) เป็นระดับกลุ่ม (Group level) และระดับระบบ องค์กร (Organization System level) โดยเริ่มจากแนวคิดและพฤติกรรม ของแต่ละบุคคลเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมในระดับกลุ่ม และกำหนดเงื่อนไขโครงสร้างเกี่ยวกับ พฤติกรรมของกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมองค์กรจะเกิดขึ้นได้นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความรักต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน หลีกหนีไม่ได้ และต้อง อาศัยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา โดย แม็คลอร์ด และ โอคาคาฟี (Meleod and O'kafé, 1972, อ้างถึงใน วรุตสิริ มาก แสง, 2562) กล่าวไว้ว่า โดยส่วนใหญ่การ วัดที่ใช้เป็นตัวชี้วัดมี 2 ลักษณะ คือ (1) วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ กับ (2) วัดจากความถี่ในการใช้ สื่อแยก ตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน ซึ่งการวัดจากเวลาที่ใช้สื่อนั้น มีข้อเสีย เนื่องจากคำตอบที่ได้ อาจเกิดจากหลายปัจจัย เช่น เวลาที่ใช้สื่อไม่ตรงกับเวลาว่าง หรือว่าสื่อนั้น ๆ อาจไม่ได้ถูกใช้ตลอด ซึ่งนั่นก็หมายถึงไปถึงการใช้สื่ออย่างเหมาะสมด้วยเช่นกัน

เมื่อมีการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสมต่อองค์กรแล้ว บรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร องค์กรก็จะมีเพิ่มมากขึ้น โดยจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อ ประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรอย่างลึกซึ้งไม่ได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) หรือสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) ออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้บริหารองค์กร จำนวน 2 ท่าน 2) กลุ่มผู้ ปฏิบัติหน้าที่ทางด้านสื่อและประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ท่าน และ 3) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในสนามต่าง ๆ จำนวน 20 ท่าน รวมทั้งหมด 26 ท่าน โดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นการเปิดกว้างในการตอบในประเด็นคำถาม ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้เกิดการอธิบายความคิดเห็น ของตนได้อย่างอิสระเนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลที่ถี่ ลึกซึ้ง กว้างขวางและเป็นบุคคลในองค์กร โดยบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่ ปฏิบัติงานในศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก

โดยในการสัมภาษณ์นี้จะเป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีอิสระที่จะอธิบายแนวความคิดของตนเองจนได้ข้อมูลครบถ้วนและเพียงพอต่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลหรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว แล้ววิเคราะห์ข้อมูลและสรุป ผลในรูปของความเรียงเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด – 19 กรณีศึกษา ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ผู้ ให้ข้อมูลทั้งหมดเป็นผู้ที่ทำงานและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก โดยมีอายุงานมากกว่า 10 ปี ทุกท่าน จึงทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ที่สามารถฉายภาพของรูปแบบ วิธีการและการใช้ สื่อในสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงอิทธิพลของบรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร อีกทั้งอิทธิพลของความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อประสิทธิภาพ การสื่อสาร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดนั้นสามารถจำแนกได้ตามประเด็น ดังนี้

1. รูปแบบ วิธีการและการใช้สื่อในสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพในปัจจุบันของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกนั้นมีการบูรณาการของสื่อที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อเก่า สื่อใหม่ สื่อหลอมรวมและสื่อดิจิทัล เพื่อให้ผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเกิดความตระหนักรู้และเข้าใจถึงปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยสามารถแยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้

1.1 รูปแบบการสื่อสารองค์กร

ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก มีรูปแบบการสื่อสารแบบผสมผสาน ทั้งการสื่อสารจากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน การสื่อสารแบบข้ามสายงาน และการสื่อสารแบบพวงองุ่น เนื่องจากว่าศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก เป็นหน่วยงานที่ให้บริการประชาชนทางด้านสุขภาพ จึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์การสื่อสารจากผู้บริหารลงมายังผู้ปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งยังมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกสายงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านการบริการอย่างครบวงจร หรือแม้กระทั่งสายงานต่าง ๆ ในองค์กรก็จำเป็นที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อป้องกันการผิดพลาดต่อข่าวสารที่จะเผยแพร่ไปยังผู้รับบริการทางด้านสาธารณสุข ตลอดจนการร่วมกันอบรม สัมมนาในการพัฒนาองค์กรให้เกิดการบริการอย่างเป็นเลิศ และเตรียมความพร้อมต่อวิกฤตการณ์ในการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ที่กำลังทำให้เกิดการตื่นตระหนกอยู่ในปัจจุบัน

1.2 วิธีการสื่อสารองค์กร

สำหรับวิธีการสื่อสารองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกนั้น จะเน้นการสื่อสารภายในก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจากหากผู้คนในองค์กรสามารถเข้าใจถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้แล้ว ก็จะสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ไปยังผู้มารับบริการหรือการสื่อสารภายนอกได้อย่างกระชับ

โดยส่วนใหญ่แล้วทางผู้บริหารและทีมงานที่รับผิดชอบทางด้านการสื่อสารก็จะมีการกระจายข่าวอยู่เป็นประจำและต่อเนื่องให้กับบุคลากรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก อีกทั้งบุคลากรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกก็จะมีวิธีการสื่อสารด้วยการชวนคุยกับผู้มารับบริการในระหว่างการรอหรือในขณะที่รับบริการอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

1.3 การใช้สื่อในการสื่อสารองค์กร

สำหรับศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก มีการใช้สื่อที่หลากหลายมาก แต่จะเน้นสื่อที่เป็นสื่อใหม่ เนื่องจากต้องการให้ทุกคนทั้งบุคลากร ผู้มารับบริการหรือแม้กระทั่งญาติของผู้มารับบริการเข้าใจข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดในตัวสารที่จะสื่อออกไปสู่สาธารณะชน

โดยสื่อที่ใช้นั้นมีทั้งเฟซบุ๊กของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ เสียงตามสาย ไลน์แอด ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือแม้กระทั่งสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกเอง เพราะนั่นจะเป็นการตอกย้ำให้ผู้มารับบริการได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุที่ผู้มารับบริการนั้นได้ใช้เวลาอยู่กับบุคลากรของโรงพยาบาลค่อนข้างนาน จึงเป็นการพูดคุยกัน เพื่อลดแรงตึงเครียดและรับฟังปัญหาระหว่างกันไปด้วย

แม้กระทั่งสื่อที่ได้รับความนิยมจนกลายเป็นไวรัลในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีชื่อว่า “อุ้ยฮั้ว” ที่มีการแปลภาษาเพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน จนเป็นผู้คนแชร์และได้ส่งต่อเพื่อเป็นกำลังใจให้กับผู้คนและบุคลากรทางการแพทย์ที่กำลังใจในการผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปได้

นอกเหนือจากคลิปวิดีโอที่เป็นสื่อวีดิทัศน์ที่ได้รับการแชร์และส่งต่อภายในช่วงช่วงคืนที่ทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้ผลิตออกไปนั้น ยังมีคลิปอื่น ๆ ที่สอนวิธีการป้องกันและดูแลตัวเองในขณะออกนอกบ้านหรืออยู่ในย่านแออัด โดยคลิปวิดีโอนั้นเป็นทั้งภาพเคลื่อนไหวและเป็นโมชันกราฟิก ซึ่งสื่อเหล่านี้จะเน้นในการเผยแพร่ในเฟซบุ๊กและโทรทัศน์ภายในศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ส่วนอินโฟกราฟิกต่าง ๆ นั้นจะเน้นการติดตามส่วนที่มีผู้มาใช้บริการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นทางเดิน ลิฟท์โดยสาร หรือแม้แต่บอร์ดตามหน้าหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถอ่านได้อย่างสะดวก และยังสามารถนำไปเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก โดยมีการใช้แคปชั่นดึงดูดให้น่าสนใจเพื่อสร้างการ

ติดตามอย่างต่อเนื่อง หรือแม้กระทั่งสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เว้นระยะห่างในการรวมกลุ่มกัน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคดังกล่าวอีกด้วย

2. อิทธิพลของบรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร

การให้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลจริงและถูกต้องของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง ด้วยที่ว่าเป็นการป้องกันการเข้าใจข่าวสารที่ผิดพลาด ซึ่งนั่นจำเป็นที่จะต้องให้ข้อมูลทั้งบุคลากร ผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการก่อให้เกิดความเข้าใจข้อมูลข่าวสารไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อต่อสู้กับวิกฤติปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว อีกทั้งเป็นการเตรียมการเพื่อแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น หรือการปฏิบัติตนเมื่อสัมผัสใกล้ชิดกับผู้ป่วยหรือมีอาการป่วยจากไวรัสโคโรนาเอง ว่าต้องรักษาตัวเองอย่างไร ทานยาแบบไหน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบและเกิดการแพร่เชื้อไปยังผู้อื่นต่อไปได้

โดยเมื่อเกิดปัญหาหรือวิกฤติการณ์การอันไม่พึงประสงค์ทั้งในศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกและครอบครัวของผู้มารับบริการ แล้วนั้น ทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมุ่งเน้นแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน อันจะก่อให้เกิดความสบายใจต่อทั้งบุคลากรในองค์กรและผู้มารับบริการ ด้วยที่เชื่อว่าเชื้อไวรัสโคโรนาคือไวรัสหวัดใหญ่ มีหลายสายพันธุ์ จำเป็นที่จะต้องรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้ามากพอสมควร การให้ความสำคัญโดยการมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาที่ เป็นแนวทางรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณแพทย์ โดยไม่เลือกที่จะปฏิบัติต่อแค่กลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่ง ซึ่งเป็นนโยบายที่ผู้บริหารได้กำชับไปยังบุคลากรในองค์กรให้ยึดถือปฏิบัติ และบุคลากรในองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกก็ยินยอมพร้อมใจที่น้อมรับนโยบายนี้ไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อสุขภาวะที่ดีของปวงประชาชนที่มารับบริการ

นอกเหนือจากนั้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกก็พร้อมที่จะเปิดเผยด้วยความจริงใจ ด้วยเหตุที่ว่าเป็นเรื่องที่ต้องเปิดเผยให้ทราบกันอย่างถ้วนหน้า อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการสื่อสารของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกเอง หากมันแต่กลั้วว่าจะเป็นเรื่องที่เสียหาย บุคลากรในองค์กร ผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการก็จะยังได้รับข่าวสารที่ผิด ๆ และเกิดปัญหาต่อสุขภาพทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วย

ทั้งนี้ ผู้บริหารและบุคลากรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ยังมีความเชื่อที่ว่า การให้ข้อมูลข่าวสารด้วยความจริงใจต่อผู้รับสารนั้น จะส่งผลดีต่อการดำเนินชีวิตในช่วงภาวะวิกฤติในปัจจุบัน เพราะจะเป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้ในเรื่องการแพร่ระบาด วิธีการการป้องกันตัว การปรับตัวเมื่อเกิดโรคกับตนเองและการอยู่กันในสังคมอย่างไรให้ปลอดภัย แต่ทั้งนี้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก จำเป็นที่จะเอาใจใส่ในเนื้อหาของสารที่จะนำเสนอทั้งภายในและภายนอกด้วย

โดยการเอาใจใส่ในเนื้อหาของสารที่จะนำเสนอเช่นนั้น จะต้องไม่เกิดผลกระทบในทางลบต่อทุกคนทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารที่สร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ซึ่งจะเน้นการสร้างแนวคิดการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงทุกคน โดยอาศัยทีมงานออกแบบสื่อเฉพาะช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์และทวิตเตอร์ เป็นต้น

ซึ่งการสื่อสารที่ง่ายและมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเสมอภาคของบุคลากรในองค์กรนั้น จะเป็นการสามารถเข้าถึงผู้บริหารได้โดยตรง ซึ่งห้องทำงานของผู้บริหารของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกทุกท่าน จะเปิดประตูเพื่อต้อนรับและรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรเสมอ ทั้งนี้ผู้ให้บริการหรือญาติก็สามารถสื่อสารถึงผู้บริหารได้โดยตรงจากช่องทางในสื่อออนไลน์ ที่มีช่องทางสายตรงเพื่อติดต่อผู้ให้บริการและญาติของผู้ให้บริการ อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างเท่ากัน และเสมอภาค

การให้ความเสมอภาคของการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างเท่าเทียมกันของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกนั้น ถือว่าเป็นเรื่อง ที่ผู้บริหาร บุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กรจะเน้นย้ำเพื่อถือปฏิบัติต่อผู้เข้ารับบริการและญาติของผู้รับบริการเป็นสำคัญ แต่ทั้งนี้ก็จะต้องมีการยึดมั่นในหลักของความยืดหยุ่นในการสื่อสารด้วยเช่นกัน

หลักของความยืดหยุ่นของการสื่อสารองค์กรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกนั้นจะให้ความสำคัญกับทุกคนภายในองค์กร และนอกองค์กร เพราะจะต้องเข้าใจในบริบท การเข้าถึง การเข้าใจและการยอมรับต่อข่าวสารนั้น ด้วยคนในสังคมทั้งในและนอก

องค์กรนั้นมีความหลากหลายและแตกต่างกัน การยึดหลักของความยืดหยุ่นจะเป็นสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อการสื่อสาร จนก่อให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารองค์กรในท้ายที่สุด ซึ่งนั่นก็เป็นวัตถุประสงค์หลักที่ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้กำหนดไว้ เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำมาซึ่งการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบุคลากรในองค์กร และผู้เข้ามารับบริการ อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและฝ่าฟันในวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

3. อิทธิพลของความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมีการสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกับงานของบุคลากรทางการแพทย์ทั้งสายการแพทย์และสายสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมให้ร่วมกันทำอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีการเปิดลานกิจกรรมและลานอาหารเพื่อให้บุคลากรในองค์กร ผู้เข้ามารับบริการและญาติของผู้มารับบริการได้สัมผัสถึงมิติใหม่ของโรงพยาบาล ที่ไม่ใช่มีแค่เพียงหมอ พยาบาล คนไข้เท่านั้น แต่จะเป็นแหล่งช้อปปิ้ง ทานอาหาร เพื่อให้เกิดความสุขในการทำงานและเข้ามาในโรงพยาบาลอันก่อให้เกิดความเป็นองค์กรที่เหมือนบ้าน

แม้แต่การบริหารจัดการสวัสดิการเพื่อบุคลากรนั้นก็จะมีการกำหนดเงินรายได้ งบประมาณ สวัสดิการและการตั้งมูลนิธิเพื่อให้บุคลากรในองค์กรรู้สึกเป็นเพื่อนและเป็นครอบครัวเดียวกัน อีกทั้งบุคลากรส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ หากคนไหนที่ต้องเดินทางไกลก็จะให้อาศัยอยู่ที่หอพักที่สร้างขึ้นพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน พร้อมทั้งมีนโยบายเปิดคลินิกพิเศษเพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับบุคลากรภายในองค์กรอีกด้วย

ซึ่งทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกก็ยอมรับว่ามีสถานที่จอดรถค่อนข้างที่จะจำกัด แต่ก็มีมีการให้หน่วยรักษาความปลอดภัยดูแลความเรียบร้อยเพื่อบริการทั้งบุคลากรและคนภายนอกที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึง

นอกเหนือจากการสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกับงานที่ปฏิบัติแล้วนั้น องค์กรยังมีการสร้างความเพลิดเพลินในงานของบุคลากรในองค์กรอีกด้วย ซึ่งนั่นก็เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เป็นมิตร ทำให้เกิดความผูกพันกับองค์กร ในการนี้จะมีดนตรีกลองลาน เพื่อบรรเทาอาการเครียดในการทำงาน ซึ่งผลพลอยได้ก็ส่งไปยังผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการด้วยเช่นกัน

สำหรับประเด็นที่สำคัญที่จะทำให้บุคลากรในองค์กรมีความผูกพันกับองค์กรแล้วนั้น ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมีการสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้วยการเพิ่มสวัสดิการให้กับบุคลากรขององค์กรทั้งในเรื่องการใช้ชีวิตและค่าจ้างที่เหมาะสม

โดยคุณภาพการใช้ชีวิตของบุคลากรนั้นจะมีสวัสดิการในเรื่องของการเตรียมเครื่องแต่งกายไว้ให้ ซึ่งบุคลากรทุกท่านสามารถใส่ชุดอะไรมาทำงานก็ได้ แต่เมื่อเข้ามาปฏิบัติหน้าที่แล้ว ทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกจะมีเสื้อผ้าที่ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อแล้วเตรียมไว้ให้ หลังจากปฏิบัติงานเสร็จก็จะถอดไว้ส่งซักและทำความสะอาดตามขั้นตอนทางการแพทย์ต่อไป นั่นถือว่าเป็นการทำชีวิตให้ง่ายขึ้นในการทำงาน อีกทั้งมีการเพิ่มเวลาให้ทำงานเพื่อที่จะได้รายได้เพิ่มเติมจากคลินิกพิเศษ โดยบุคลากรในองค์กรไม่จำเป็นต้องออกไปปฏิบัติงานพิเศษตามคลินิกต่าง ๆ ภายนอกด้วย ซึ่งนั่นถือได้ว่าเป็นการสื่อสารองค์กรที่ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้ใช้กระบวนการทางด้านการบริหารนโยบายเพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความผูกพันต่อองค์กร อันนำมาซึ่งการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อองค์กรและปวงประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำมาซึ่งการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบุคลากรในองค์กรและผู้เข้ามารับบริการ อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและฝ่าฟันในวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

4. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร

การเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกนั้นเกิดจากการให้ความช่วยเหลือของเพื่อร่วมงาน ผู้บริหารและนโยบายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและมีการสื่อสารกันอย่างตรงไปตรงมา โดยนโยบายต่าง ๆ นั้น ทางศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกจะคำนึงถึงผู้มาก่อนเป็นหลัก ซึ่งผู้อื่นนั้นหมายรวมไปถึงบุคลากรในองค์กร ผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการ อันนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

โดยนโยบายที่ผู้บริหารศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกให้ไว้นั้นจะต้องมีการสื่อสารอย่างอดทนอดกลั้น เพราะทั้งคนในองค์กร ผู้มารับบริการและญาติผู้มารับบริการนั้นต่างก็มีความหลากหลาย จึงต้องอาศัยการสื่อสารที่เป็นญาติสนิท มิตรสหาย โดยท้ายที่สุดแล้ว นั้นก็จะเกิดการร่วมมือ ร่วมใจอันดีระหว่างกัน จนก่อให้เกิดการทำงานที่สนุกสนาน บรรยากาศที่น่าเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งทำให้สุขภาพจิตของทั้งคนในองค์กร ผู้มารับบริการและญาติผู้มารับบริการดีขึ้นอีกด้วย ถือได้ว่าเป็นยาขนานเอกที่เป็นการบำบัดโรคทางจิตได้อีก แนวทางหนึ่ง

ทั้งนี้ ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกยังสร้างจิตสำนึกในหน้าที่ของบุคลากรทุกฝ่ายให้ทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกจะขาดทุนไม่ใช่ประเด็นใหญ่ ต้องให้ความสำคัญกับผู้มารับบริการและบุคลากรก่อนเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้การเป็นสมาชิกที่ดี มีคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งของบุคลากร ผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการจำเป็นที่จะต้องได้รับการสื่อสารอย่างตรงกลาง มีสารประโยชน์ เนื้อหาของข้อมูลนั้นต้องทันสมัย

หากการสื่อสารของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกไม่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทันสมัยและเข้าถึงทุกภาคส่วนแล้ว นั้น ย่อมจะเกิดผลเสียต่อการเข้าใจผิดในภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาอย่างแน่นอน ด้วยเหตุที่ว่าทั้งบุคลากร ประชาชนทั่วไป ผู้มารับบริการและญาติของผู้มารับบริการ ต่างก็ไม่อยากให้เกิดอันตรายต่อชีวิต เมื่อเชื่อดังกล่าวเข้ามาใกล้ชีวิต

ดังนั้นการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ที่เป็นแนวทางที่ดีอยู่แล้วนั้น สามารถสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเข้าใจ สร้างการเข้าถึงและการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ทั้งการป้องกันก่อนจะรับเชื้อ การรักษาตัวระหว่างการรับเชื้อ และวิธีการดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสดังกล่าว

อภิปรายผล

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถสรุปผลได้ 4 ประเด็นด้วยกันคือ

1. รูปแบบ วิธีการและการใช้สื่อในสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมีการใช้รูปแบบสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นจากบนลงล่าง จากล่างสู่บน การสื่อสารข้ามสายงานและการสื่อสารแบบกลุ่ม อีกทั้งยังเน้นการสื่อสารภายในเป็นสำคัญเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีภายในองค์กรก่อนที่จะมีการให้ข้อมูลไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็จำเป็นที่จะต้องมีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

2. อิทธิพลของบรรยากาศการสื่อสารในการสนับสนุนต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร นั้นก็จะต้องมีการสื่อสารด้วยการให้ข้อมูล เพื่อมุ่งเน้นแก้ปัญหา พร้อมทั้งจะให้ข้อมูลอย่างเปิดเผยจริงใจ มีการเอาใจใส่ต่อทุกกลุ่มผู้รับสาร สร้างความเสมอภาคต่อการเข้าถึง เข้าใจข้อมูลข่าวสารและมีความยืดหยุ่นในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก

3. อิทธิพลของความผูกพันองค์กรต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดภาวะวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ทางองค์กรก็จะใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันและความเชื่อมั่นต่อองค์กร อันประกอบไปด้วย การสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกับงาน การสร้างความเพลิดเพลินในงาน และการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากที่สุด อันเป็นเหตุให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

4. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพที่ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้กระทำการสื่อสารออกไป จนทำให้เกิดการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ โดยศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ได้มีการให้ความช่วยเหลือทั้งบุคลากร และบุคลากรภายนอกอย่างเป็นมิตร คำนึงถึงผู้อื่นเป็นหลัก มีความอดทนอดกลั้นในการทำงานและการสื่อสาร พร้อมทั้งให้ความร่วมมือและสร้างสำนึกในหน้าที่ ที่ตนเองได้รับอย่างเต็มร้อย

ซึ่งนั้นก็สอดคล้องกับหลักการสื่อสารในภาวะวิกฤติของ คูมบส์ (Coombs, 2012) กล่าวว่า วิกฤติ คือ การรับรู้ของเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ซึ่งมีความสำคัญและมีความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ และสามารถส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสมรรถภาพขององค์กร และเกิดผลด้านลบ ด้วยที่ว่า การสื่อสารในภาวะวิกฤติเป็นเรื่องที่องค์กรควรจะต้องให้ความสำคัญ

เพราะทุกองค์กรย่อมมีความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หากองค์กรนั้นขาดการสื่อสารที่ดีอาจส่งผลให้ภาวะวิกฤตด้านลบมากขึ้น ดังนั้นทุก ๆ องค์กรควรจะต้องมีความพร้อม

ซึ่งคัมบส์ (Coombs, 2012) ยังได้เสนอว่า เนื้อหา ช่องทาง วิธีการนั้นจะต้องมีความครอบคลุมเรื่องของการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารและดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ซึ่งถือเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการบริหารภาวะวิกฤต แต่ก็เป็องค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ศรัทธาขององค์กร อย่างยิ่ง เนื่องจากเมื่อมีเหตุวิกฤตเกิดขึ้นสถานะของความวิกฤตนั้นไม่ได้อยู่ที่ตัวเหตุการณ์ที่เกิด แต่อยู่ที่ความคิดของผู้คนที่ว่าเกิดอะไรขึ้น โดยศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ก็ได้นำหลักการต่าง ๆ เหล่านี้มาประกอบสร้าง เพื่อดำเนินการสื่อสารในวิกฤติการณ์ในครั้งนี้ด้วย

ทั้งนี้ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ได้มีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัย มีการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อรับมือกับปัญหาเรื่องการสื่อสาร มีการเพิ่มช่องทางตอบคำถามและสื่อสารให้พนักงานรับรู้ข้อมูลเสมอ (Crandall, Panel, and Spillam, 2014) ซึ่งช่องทางต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะเป็สื่อใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา และเป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, 2561)

ซึ่งการสื่อสารที่ดีขององค์กรนั้นจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ก็ย่อมได้รับจากแรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างต่อเนื่องด้วย (ณัฐยา ไพโรสงบ, 2559)

องค์ความรู้ใหม่

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถให้องค์ความรู้ใหม่ของการสื่อสารองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกในด้านของของหลอมรวมการสื่อสารในทุกมิติจนกลายเป็นวัธของการสื่อสารช่วงวิกฤติการณ์ ดังนั้นหากจะให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันแล้วทั้งผู้บริหาร บุคลากรและเจ้าหน้าที่ในองค์กรต้องให้ความสำคัญต่อการสื่อสารเป็นอันดับต้น ๆ เฉกเช่นศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ซึ่งไม่ใช่แค่ภาวะวิกฤติและหากต้องเป็นตลอดเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งจากการร่วมมือร่วมใจของบุคลากรของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้ทำการผลิตสื่อ “อุ้ยฮั่นสู้ ๆ” เพื่อเผยแพร่ไปทั่วโลก ที่ไม่ใช่แค่เพียงประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าหากมีการผสมผสานการสื่อสารที่หลากหลายมิติเข้าด้วยกันแล้วนั้น จะส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้และเข้าใจสถานการณ์ที่ไม่ปกติและสามารถผ่านพ้นปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นไปได้ด้วยความเรียบร้อย ซึ่งถึงแม้ว่าโควิด 19 จะเป็นการแพร่ระบาดที่รุนแรง หากมีการสื่อสารที่ตรงไปตรงมา ใช้หลักของความเข้าใจทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารได้ รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาที่จะนำเสนอในสื่อช่องทางต่าง ๆ นั้น ก็จำเป็นมากที่จะทำให้เกิดการรับรู้ที่ตรงกาลของผู้รับสารด้วย ซึ่งศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกก็ได้มีการวิเคราะห์เนื้อหาของสารก่อนที่จะมีการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ออกสู่สาธารณะชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) องค์กรต่าง ๆ สามารถนำวิธีการผสมผสานสื่อและการสื่อสารไปปรับใช้ได้ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และลดวิกฤติการณ์อันจะเกิดขึ้นภายในองค์กรได้

2) หลักการวิเคราะห์ผู้รับสาร เนื้อหาของสารก็เป็สิ่งที่สำคัญในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ เนื่องจากผู้รับสารเองก็คาดหวังจะได้ข้อมูลอันเป็นจริง ซึ่งหากมีการวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วนแล้วนั้นจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารในภาวะวิกฤติเฉกเช่นศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้

3) การให้ความสำคัญต่อทุกภาคส่วนในองค์กรที่ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกได้ยึดถือปฏิบัติ นั้น เป็หัวใจสำคัญของการสื่อสารในภาวะวิกฤติได้เป็นอย่างดี ซึ่งองค์กรต่าง ๆ สามารถนำไปปฏิบัติและปรับใช้ได้ให้เหมาะสมกับองค์กรของตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ครอบคลุมและเห็นในมิติของผู้รับสารภายนอกองค์กรต่อการสื่อสารในภาวะวิกฤติของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ควรทำการศึกษาในเรื่องของการรับรู้และการยึดถือปฏิบัติต่อการสื่อสารของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ต่อผู้เข้ารับบริการของศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2563, 5 มีนาคม). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia>.
- ณัฐยา ไพรสงบ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานผลิตอาหารว่างแห่งหนึ่ง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วรุณศิริ มากแสง. (2562). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจหลักสูตรภาษาไทยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2561). วารสารศาสตร์หลอมรวม: แนวคิด หลักการและกรณีศึกษาในประเทศไทย. แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น
- สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ. (2559). *Employee Engagement in Practice: ผู้ใจพนักงานอย่างไรให้ตั้งใจทำงาน*. โรงพิมพ์ตะวันออก
- Bakker, A. (2008). The work-related flow in inventory: Construction and initial validation of the WOLF. *Journal of Vocational Behavior*, 72(3), 400-414.
- Crandall, Panel, & Spillam. (2014.) Relationship between organizational communication climate and interpersonal conflict management. *Pakistan Journal of Psychology*, 42(2), 1-20.
- Coombs. (2012). Assessing Gibb's supportive and defensive communication climate: An examination of measurement and construct validity. *Communication Research Reports*, 28(4), 1-15.
- Gibb J. R. (1961). *Defensive communication*. Retrieved form <http://reagle.org/joseph/2010/conflict/media/gibb-defensive-communication>.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2015). *Organizational behavior*. Pearson Education.