PULINET Journal

การสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร Generation Y

อาภินานันท์ ศรีมา*, ณัฐนรี ดำรงเลาหพันธ์, ธนะพันธุ์ การคนซื่อ, เธียรวิชญ์ พิชญนันท์กุล

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

Communication in the Organization for Generation Y

Apinanun Srima*, Natnaree Damronglaohapan, Thanapun Kankonsue, Thianrawich Pichayanandhakul

Chiang Mai University Library

239 Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai 50200

E-mail: Apinanun.s@cmu.ac.th

▶ รับบทความ 16 ธันวาคม 2567 ▶ แก้ไขบทความ 14 มีนาคม 2568 ▶ ตอบรับบทความ 17 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร Generation Y มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กรของบุคลากรกลุ่ม Generation Y ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรกลุ่ม Generation Y (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2524 - 2543) ที่มีอายุงานไม่น้อยกว่า 1 ปี ด้วยแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจากการวิเคราะห์เนื้อหา โดยวิธีการค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรกลุ่ม Generation Y ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กร และสามารถรับรู้ข้อมูลและทำความเข้าใจสารได้อย่างครบถ้วน บุคลากรกลุ่มนี้นิยมใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสาร โดยมีการใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงการสื่อสารแบบแนวดิ่งและแนวนอน ซึ่งมีช่องทางหลักในการสื่อสาร ได้แก่ ไลน์และเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ บุคลากรกลุ่ม Generation Y ยังแสดงให้เห็นถึงความสนใจในกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและมีการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย โดยช่องทางสื่อสารเหล่านี้สามารถช่วยส่งเสริมการเชื่อมโยงข้อมูลและการเข้าใจระหว่างบุคลากรในองค์กรได้ดีขึ้น

คำสำคัญ

การสื่อสารภายในองค์กร, บุคลากรกลุ่ม Generation Y, การรับรู้, ความเข้าใจ

Abstract

The study of communication in the organization for generation Y aimed to study communication that affected the awareness and understanding of internal organizational communication among Generation Y staff at the Chiang Mai University Library. The findings revealed that Generation Y employee, demonstrated the ability to comprehend and fully understand the information. They preferred electronic media for communication and utilized both formal communication and informal communication channels. Additionally, downward communication and horizontal communication were commonly employed. The communication platforms used within the organization included Line Official and Facebook. Generation Y

ผลงานนี้ได้ผ่านการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ PULINET ครั้งที่ 14 วันที่ 10-12 มกราคม 2567
จัดโดยศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และข่ายงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค (PULINET)

employees also favored using other electronic media to enhance their communication and collaboration within the organization.

Keywords

Communication Organization, Generation Y staff, Awareness, Understanding

บทนำ (Introduction)

องค์กรเป็นหน่วยงานทางสังคมที่มีคนจำนวนมากทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร การสื่อสารภายในองค์กรเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคลากรในทุกระดับชั้นให้สามารถทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ถ่ายทอดความรู้ ไปจนถึงการสร้างความสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์กร ปัจจุบันองค์กรหลายแห่งกำลังเผชิญกับปัญหาด้านความหลากหลาย (Diversity) ของพนักงานหรือบุคลากร โดยเฉพาะความแตกต่างทางด้านอายุ เนื่องจากคนในแต่ละช่วงอายุ หรือเรียกว่า เจเนอเรชัน (Generation) จะถูกอบรมเลี้ยงดูและเติบโตในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ย่อมทำให้มีความคิดและมุมมองแตกต่างกัน (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2559) หากภายในองค์กรใดมีบุคลากรอยู่หลายเจเนอเรชัน อาจนำไปสู่ความไม่เข้าใจและก่อให้เกิดความขัดแย้งในการทำงาน หรือเป็นผลให้สูญเสียโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ด้วยเหตุนี้การจัดการช่องว่างระหว่างวัย (Generation Gap Management) จึงเป็นประเด็นที่หลายองค์กรต้องให้ความใส่ใจและเร่งรับมือกับปัญหาด้านความแตกต่างระหว่างวัยที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ปัจจุบันโครงสร้างขององค์กร หรือโครงสร้างบริหารงานบุคคลเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง จากการศึกษางานวิจัยของนิภา วิริยะพิพัฒน์ (2559) พบว่า องค์กรที่ดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี มักจะมีบุคลากรที่ทำงานในองค์กรถึง 3 เจเนอเรชัน ประกอบด้วย บุคลากรวัยเจเนอเรชัน BB (Baby Boomer Generation) ซึ่งทำงานในองค์กรมาเป็นเวลานาน ทำให้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงานสูง ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในวัยใกล้เกษียณอายุ ส่วนบุคลากรวัยเจเนอเรชัน X (Generation X) เป็นกลุ่มวัยที่เริ่มสะสมประสบการณ์ในการทำงาน ขณะที่วัยเจเนอเรชัน Y (Generation Y) เป็นวัยกลุ่มหนุ่มสาวที่เริ่มจบการศึกษา และทยอยเข้าสู่ตลาดแรงงานกันมากขึ้น ด้วยโครงสร้างองค์กรที่มีบุคลากรหลายช่วงอายุทำงานร่วมกัน ย่อมก่อให้เกิดความคิด พฤติกรรม และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน หากองค์กรยังคงมีการทำงานตั้งรับแบบเดิม ๆ บุคลากรไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมใหม่และอาจนำสู่ความขัดแย้งภายใน บุคลากรไม่สามารถทำงานร่วมกันได้ ทำให้องค์กรไม่สามารถปรับตัวได้ทันตามสภาวการณ์ ขาดศักยภาพในการแข่งขัน และนำไปสู่ความล้มเหลวในการดำเนินงาน

ห้องสมุดเป็นหนึ่งในองค์กรที่มีบุคลากรอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก และมีช่วงอายุของบุคลากรที่หลากหลาย บุคลากรทุกคนต่างต้องมีความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงาน ทั้งด้านการให้บริการ การจัดการทรัพยากรสารสนเทศ และการดำเนินงานตามภารกิจอื่น ๆ ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของห้องสมุด จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การสื่อสารองค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ เกิดความร่วมมือกันในการทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีบุคลากรภายในสังกัด จำนวนทั้งสิ้น 108 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กันยายน 2566) ปฏิบัติงานทั้งในอาคารสำนักหอสมุดและห้องสมุดคณะ รวม 18 แห่ง หากการสื่อสารมีความผิดพลาดหรือไม่เป็นระบบจะส่งผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กร เกิดความเสียหายต่อองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร รวมถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ห้องสมุดที่ลดลงได้

ปัจจุบันบุคลากรของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประกอบด้วยบุคลากรหลายช่วงวัย ซึ่งแต่ละวัยนั้นต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการทำความเข้าใจในเนื้อหาของสารแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ ขณะที่สำนักหอสมุดเป็นองค์กรที่ก่อตั้งมากว่า 60 ปี จึงประกอบด้วยบุคลากรทั้ง 3 เจเนอเรชัน ได้แก่ วัยเจเนอเรชัน BB (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มบุคลากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 วัยเจเนอเรชัน X (Generation X) คือ กลุ่มบุคลากรที่

เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2523 และวัยเจเนอเรชัน Y (Generation Y) คือ กลุ่มบุคลากรที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 – 2543 (เดชา เดชะวัฒนไพศาล, 2552) เนื่องด้วยวัยเจเนอเรชัน Y เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมทั้งองค์ความรู้ ทำให้มีความอดทนเริ่มน้อยลงและมักเปลี่ยนงานบ่อย คนวัยนี้จะรักความสะดวกสบาย รักอิสระ ต้องการการยอมรับ ชอบความท้าทาย อยากรู้อยากเห็น และมีแนวคิดเป็นของตัวเอง ไม่ชอบชนชั้นหรือการบังคับขู่เข็ญ ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงการทำงานและการใช้ชีวิต โดยจะชอบการทำงานเป็นทีมหรือการทำงานร่วมกันมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้างานหรือผู้นำเพียงอย่างเดียว แต่มีความอ่อนไหวต่อสิ่งเร้าจึงมักมีเงื่อนไขในการทำงานเสมอ ทำให้มีพฤติกรรมการทำงานที่แตกต่างจากวัยเจเนอเรชัน BB และวัยเจเนอเรชัน X ด้วยเหตุนี้จึงเป็นกลุ่มวัยที่น่าจับตาและให้ความสำคัญ เพราะเป็นกลุ่มที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนองค์กรในปัจจุบัน รวมทั้งยังเป็นกลุ่มที่หลาย ๆ คนเริ่มก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหาร ถือเป็นกำลังสำคัญของทุกคนในองค์กร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร Generation Y อันจะทำให้ทราบถึงการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กรของบุคลากรกลุ่ม Generation Y ไปจนถึงปัญหาหลักที่ทำให้การสื่อสารภายในองค์กรเกิดความคลาดเคลื่อน ข้อควรพัฒนาในการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y และข้อเสนอแนะอื่น ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงาน เกิดเป็นการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในอนาคต

วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กรของบุคลากรกลุ่ม Generation Y ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กรของบุคลากรกลุ่ม Generation Y ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในองค์กร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และความเข้าใจ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรต่างวัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นบุคลากรภายในสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2524 - 2543) ที่มีอายุงานไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 58 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยคละประเภทบุคลากรและอายุงาน ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y จำนวน 7 คน

3. เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y จากการคละจำนวนระหว่างบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง โดยมีแนวคำถามของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

- ลักษณะการสื่อสารของบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y
- ปัญหาหลักที่ทำให้การสื่อสารองค์กรเกิดความคาดเคลื่อน
- ข้อควรพัฒนาในการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่บุคลากรที่มีความหลากหลายของช่วงวัย
- ในอนาคตข้างหน้ามองทิศทางการสื่อสารองค์กรและการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของสำนักหอสมุดว่าเป็นอย่างไร

เครื่องมือที่ถูกออกแบบขึ้นในงานวิจัยนี้ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงผ่านการนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องในด้านโครงสร้าง ผลการดำเนินงานเนื้อหา และภาษา เพื่อให้มีความสมบูรณ์และสามารถปรับปรุงได้ตามคำแนะนำก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูล นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเป็นบุคลากรในองค์กร ซึ่งมีประสบการณ์ตรงและความรู้สึกร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง ทำให้สามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างลึกซึ้ง และสามารถรับรู้ความหมายที่ซ่อนอยู่จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับบุคลากรในกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย โดยการนี้จะช่วยให้การออกแบบคำถามสัมภาษณ์มีความเชื่อมั่นและเหมาะสมในการสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมทั้งมีความชัดเจนในประเด็นคำถามและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจำแนกข้อมูลตามแหล่งที่มา แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากแหล่งกำเนิดโดยตรงผ่านวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในวัยเจเนอเรชัน Y โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารในองค์กร การสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลอย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้เครื่องบันทึกภาพและเสียงเพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถทบทวนและวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างละเอียดและแม่นยำในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้การตีความข้อมูลเป็นไปอย่างมีหลักฐานรองรับและสามารถแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารและข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

1) เอกสารภายในองค์กร ซึ่งเป็นเอกสารที่บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการและรูปแบบการสื่อสารภายในสำนักหอสมุด รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินการในสำนักหอสมุด ทั้งในด้านรูปแบบและเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้เพื่อให้บุคลากรมีการรับรู้และเข้าใจถึงพันธกิจและการดำเนินงานขององค์กร

2) เอกสารที่เป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารประกอบงานวิจัย ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร รวมทั้งการสื่อสารระหว่างบุคลากรที่มีความแตกต่างในเรื่องของวัย และการสื่อสารที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง เช่น วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย วารสารของสถาบันต่าง ๆ รวมถึงบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการและขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

2.1 เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2 จัดเตรียมเครื่องมือเก็บข้อมูล โดยการร่างข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เหมาะสมกับการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง ก่อนผ่านให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

2.3 ติดต่อและนัดหมายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 คน เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการเลือกแบบคละระหว่างตำแหน่งและช่วงอายุ

2.4 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงหรือภาพเพื่อให้สามารถทบทวนข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

2.5 จัดการและจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เก็บรวบรวมเพื่อการวิเคราะห์และสรุปผลในขั้นตอนถัดไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสารประกอบการวิจัยและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคลากรในวัยเจเนอเรชัน Y เพื่อนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับผลการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์จากนโยบาย พันธกิจ และแนวทางการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักหอสมุด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การวิเคราะห์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร และประเมินความสอดคล้องระหว่างแนวทางการสื่อสารขององค์กรกับความเข้าใจและการรับรู้ของบุคลากรที่เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานภายในสำนักหอสมุด รวมถึงการประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายองค์กร

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย (Result and Discussion)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะการสื่อสารของบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y

จากการสัมภาษณ์บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y พบว่า บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในองค์กร สามารถรับรู้และทำความเข้าใจสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน นิยมใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสาร โดยมีลักษณะการสื่อสารประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยมีแนวโน้มว่าจะนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมากกว่า ซึ่งมีทั้งรูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) และการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) สรุปความได้ดังนี้

1.1 วัยเจเนอเรชัน Y มีการให้ความสำคัญกับการสื่อสารในองค์กร สามารถรับรู้และทำความเข้าใจสารได้อย่างครบถ้วน โดยส่วนใหญ่จะทำการเปิดรับข่าวสารทุกวัน นิยมทำการสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลช่องทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ Line Official และ Facebook ในรูปแบบข้อความ หากเป็นการติดต่องานหรือกิจกรรมที่ต้องรักษาความสัมพันธ์ (Keep in Touch) กับคนที่คุ้นเคยและมีโอกาสในการติดต่อสื่อสารกัน บุคลากรวัยนี้เห็นว่าการสื่อสารทั้งในรูปแบบการสนทนาผ่านเสียง การพิมพ์ข้อความ การโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอ ไปจนถึงการสื่อสารแบบเผชิญหน้ามีความเหมาะสม แต่หากเป็นคนไม่คุ้นเคยหรือไม่ค่อยได้มีปฏิสัมพันธ์จะนิยมสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลในรูปแบบข้อความ

1.2 วัยเจเนอเรชัน Y มีการใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ CMU e-Document และ MS Teams กลุ่ม CMU Library Group เป็นช่องทางหลัก และใช้ Line official กลุ่ม CMU Library Group และ Facebook กลุ่ม CMUL Community ในการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งบุคลากร Generation Y จะนิยมการสื่อสารผ่านช่องทางไม่เป็นทางการ โดยมองว่าเป็นช่องทางที่ไม่มีความกดดันจากโครงสร้างหรือกฎระเบียบที่เคร่งครัด สร้างความรู้สึกสบายใจให้กับผู้ใช้งานได้มากกว่า ซึ่งเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและลดความตึงเครียดในการทำงาน

1.3 วัยเจเนอเรชัน Y มองว่า หากเป็นบุคลากรกลุ่มผู้บริหารจะมีทิศทางการสื่อสารแบบบนลงล่างในรูปแบบประกาศหรือการแจ้งนโยบายต่าง ๆ ขณะเดียวกันก็มีการเรียกประชุมหรือการจัดกิจกรรม โดยใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ที่ทำให้เกิดการสื่อสารแบบแนวราบขึ้นในบางครั้ง ส่วนบุคลากรในองค์กรจะมีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า การใช้โทรศัพท์ การใช้โซเชียลมีเดีย และการประชุมเพื่อทำการแลกเปลี่ยน ปรึกษา และแก้ปัญหาร่วมกัน

2. ปัญหาหลักที่ทำให้การสื่อสารองค์กรเกิดความคลาดเคลื่อน

จากการสัมภาษณ์บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสารองค์กร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับ - ส่งสารของบุคลากรในสำนักหอสมุด โดยประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น ทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ระดับความรู้ และประสบการณ์ในการรับสาร รวมทั้งคุณสมบัติของสารและช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการรับสารด้วย สรุปความได้ดังนี้

2.1 ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไม่ชัดเจน บางครั้งมีการใช้ภาษาที่กำกวม ทำให้เกิดการแปลความหมายของสารผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับ หรือบางครั้งมีการเปลี่ยนแปลงสารแต่ไม่ทำการแจ้งให้ทราบโดยทั่ว ทำให้ผู้รับสารบางรายเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน

2.2 พฤติกรรมของผู้รับสาร ได้แก่ ความถี่การเปิดรับสาร การเลือกสารที่ต้องการรับ หรือทัศนคติส่วนตัว ซึ่งบางครั้งผู้รับสารเลือกที่จะรับข้อมูลจากแหล่งเดียวหรือจากสื่อที่สอดคล้องกับทัศนคติของตัวเอง ทำให้เข้าใจสารได้ไม่ครบถ้วนหรือเกิดการตีความที่ผิดไปจากที่ผู้ส่งสารต้องการ

2.3 ช่วงวัยและประสบการณ์การรับสารที่แตกต่างกันของบุคลากรแต่ละคน ทำให้การตีความและการเข้าใจสารต่างกันไป เช่น ผู้รับสารวัยเจเนอเรชัน Y อาจมีความเข้าใจในเนื้อหาที่ซับซ้อนไม่เท่ากับวัยเจเนอเรชัน BB ที่มีประสบการณ์มากกว่า หรือคนที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ อาจตีความสารได้แตกต่างจากคนที่ไม่มีประสบการณ์ในด้านนั้น ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

2.4 จำนวนช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลายและมากเกินไป ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความสับสนในการเลือกรับสารจากช่องทางที่เหมาะสม โดยเฉพาะในกรณีที่ช่องทางต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน ทั้งในแง่ของรูปแบบการนำเสนอข้อมูล เวลาในการส่งสาร หรือความสะดวกในการเข้าถึงสาร ซึ่งทำให้ผู้รับสารไม่แน่ใจว่าจะเลือกใช้ช่องทางใดในการรับสาร หรืออาจเกิดการรับสารที่ไม่ครบถ้วนจากช่องทางใดช่องทางหนึ่ง

2.5 เนื้อหาข่าวสารไม่ชัดเจน ทำให้บุคลากรในวัยต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y และวัยอื่น ๆ เกิดการตีความที่แตกต่างกัน นำไปสู่ความเข้าใจผิดหรือการตอบสนองที่ไม่ตรงกับเจตนาของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะเมื่อบุคลากรแต่ละวัยมีวิธีการและมุมมองในการรับรู้สารที่ไม่เหมือนกัน เช่น บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y อาจเน้นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและเข้าใจสารในลักษณะที่แตกต่างจากบุคลากรในวัยอื่น ๆ ที่อาจคุ้นเคยกับการสื่อสารแบบดั้งเดิม

3. ข้อควรพัฒนาในการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่บุคลากรที่มีความหลากหลายของช่วงวัย

จากการสัมภาษณ์บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y พบว่า ข้อคิดเห็นที่ควรพัฒนาต่อการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กรในการเผยแพร่ข่าวสารในองค์กรที่มีความแตกต่างของช่วงวัย ซึ่งมีทั้งวัยเจเนอเรชัน Baby Boomer วัยเจเนอเรชัน X และวัยเจเนอเรชัน Y นั้นควรมีการสื่อสารที่มีความชัดเจนจากทีมผู้บริหาร รวมถึงการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารองค์กรที่เหมาะสมและการจัดกิจกรรมในองค์กรที่ตอบโจทย์ความต้องการของบุคลากรในแต่ละวัย นอกจากนี้ ควรเพิ่มความถี่ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สรุปความได้ดังนี้

3.1 ทีมผู้บริหารควรเสริมสร้างการสื่อสารในแนวราบให้มากขึ้น เพื่อลดช่องว่างในการทำงานระหว่างระดับต่าง ๆ ภายในองค์กร การสื่อสารในแนวราบจะช่วยให้ข้อมูลไหลเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเข้าใจผิด หรือการตีความที่แตกต่างกันระหว่างบุคลากรในแต่ละระดับ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมความโปร่งใสในการทำงานและทำให้บุคลากรรู้สึกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากขึ้น ส่งผลให้การทำงานเป็นทีมมีความราบรื่นและประสิทธิผลมากขึ้นในระยะยาว

3.2 ควรมีการแบ่งหัวข้อเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน เพื่อให้ข้อมูลมีการจัดระเบียบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการทำงานของแต่ละฝ่ายหรือหน่วยงาน การจัดแบ่งหัวข้อจะช่วยให้ข้อมูลที่ถูกเผยแพร่สามารถเข้าใจได้ง่ายและตรงกับความต้องการของผู้รับสารในแต่ละฝ่าย

3.3 หากมีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงสารในครั้งแรก ควรระบุให้ชัดเจนถึงข้อมูลส่วนที่ได้รับการแก้ไขหรือเพิ่มเติม เพื่อป้องกันการเกิดความเข้าใจผิดจากผู้รับสาร ให้ผู้รับสารสามารถติดตามและเข้าใจการเปลี่ยนแปลงได้อย่างถูกต้องและสามารถรับข้อมูลที่ถูกต้องและอัปเดตได้อย่างครบถ้วน

3.4 ควรมีการผลิตสื่อที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้สะดวก โดยเฉพาะการผลิตคลิปวิดีโอ ซึ่งควรมีความยาวสั้นกระชับ และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรเน้นการผลิตคลิปวิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ ตาม

ช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น เช่น โซเชียลมีเดีย หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสารของบุคลากรรุ่นใหม่ที่มักใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลในการสื่อสารและรับข้อมูล

3.5 ควรกำหนดช่องทางหลักที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กรให้ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารมีความเป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ โดยการเลือกช่องทางที่เหมาะสมให้บุคลากรในองค์กรเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด

3.6 ควรเพิ่มการจัดกิจกรรมในองค์กรให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีโอกาสในการปฏิสัมพันธ์และทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความสามัคคีภายในองค์กร เช่น การฝึกอบรมร่วมกัน การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม ให้บุคลากรจากหลากหลายฝ่ายหรือระดับสามารถเรียนรู้ที่จะทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะนี้ยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในมุมมองและความคิดของเพื่อนร่วมงาน ช่วยลดช่องว่างระหว่างบุคลากร และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันในระยะยาว

4. ทิศทางการสื่อสารองค์กรและการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของสำนักหอสมุด

จากการสัมภาษณ์บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y พบว่า บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y มีความคาดหวังโดยรวมต่อการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กรในหลายด้าน เช่น การทำให้สื่อมีความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจ การพัฒนากระบวนการดำเนินงานที่สามารถเป็นแบบอย่างให้กับองค์กรอื่น และการมีความสามารถในการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันเวลาและเหมาะสม สรุปความได้ดังนี้

4.1 มีการผลิตสื่อที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยเนื้อหาของสื่อจะต้องครบถ้วนและชัดเจน เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที

4.2 ควรมีคณะทำงานด้านการสื่อสารองค์กรที่มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถดำเนินงานได้อย่างมืออาชีพและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่น ๆ ในการศึกษาวิธีการทำงานและกลยุทธ์ที่ประสบผลสำเร็จ การทำงานของคณะทำงานที่ดีจะไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างการทำงานภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่น ๆ ในการนำแนวทางหรือกระบวนการที่ใช้ไปประยุกต์ใช้ในองค์กรของตนเอง

4.3 คณะทำงานด้านการสื่อสารองค์กรมีการทำงานที่ทันสมัยและตอบสนองต่อกระแสสังคมได้อย่างรวดเร็ว โดยสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านการรับและส่งข่าวสารภายในองค์กร

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมผลการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร Generation Y พบว่า บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y มีการให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ โดยนิยมการสื่อสารผ่านช่องทางแบบไม่เป็นทางการมากกว่า เพราะมีความยืดหยุ่น ช่วยลดระยะเวลาในการรอคอย และสร้างความรู้สึกว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นทันสมัยและตรงกับความต้องการในขณะนั้น ตามที่นิเวศน์ ธรรมะ (2552) ได้กล่าวถึง รุ่นเจเนอเรชัน Y ว่าเป็นกลุ่มที่เกิดมาบนความเพียบพร้อมทันสมัยของเทคโนโลยี เชี่ยวชาญการท่องอินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างคล่องแคล่วและสะดวกรวดเร็ว ส่วนปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารองค์กรเกิดความคลาดเคลื่อน ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการรับ – ส่งสาร สอดคล้องตามแบบจำลอง SMCR Model ของ Berlo ที่กล่าวถึง การแบ่งองค์ประกอบในการสื่อสารเป็น 4 ส่วน คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ระดับความรู้ และระดับสังคมและวัฒนธรรม และตัวสารนั้นจะต้องมีรหัสสาร เนื้อหา และการจัดสรรที่ถูกขัดเตรียมไว้

ขณะที่ช่องทาง (Channel or C) เป็นพาหนะในการนำสารไปสู่ผู้รับสารอันประกอบด้วยประสาทรับความรู้สึกทั้ง 5 ประการ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส โดยการสื่อสารแบบจำลอง SMCR ของ Berlo นั้นจะให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จขณะที่บุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y มีการใช้ช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ CMU e-Document และ MS Teams กลุ่ม Group เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารแบบเป็นทางการ และใช้ไลน์กลุ่ม CMU Library Group และเฟซบุ๊กกลุ่ม CMUL Community ในการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ สอดคล้องกับแนวคิดของอริสรา ธนูแผลง (2544) ที่ได้จำแนกการสื่อสารตามลักษณะการใช้ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการที่มีการคำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่มีลายลักษณ์อักษรเป็นเชิงประจักษ์ เช่น ประกาศ นโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่เป็นการสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่ต้องพิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งเกิดขึ้นจากความสนิทสนม คุ้นเคย หรือจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะ พูดคุย สนทนากัน เป็นต้น ส่วนรูปแบบการสื่อสารขององค์กรของสำนักหอสมุดจะมีทั้งการสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังบุคคลที่มีตำแหน่งต่ำกว่า ออกมาในรูปของนโยบาย แผนงาน และประกาศ เป็นต้น และการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) ที่เป็นการส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปยังผู้รับสารที่อยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ดังที่อริสรา ธนูแผลง (2544) ได้ระบุว่าการสื่อสารรูปแบบนี้เป็นการเปิดโอกาสให้มีการรับ – ส่งสารอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ทุกคนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้อย่างเต็มที่ โดยการสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและเสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้งานวิจัยของศศิธร ยุวโกศล และพัชสิริ ชมภูคำ (2564) เรื่อง เจเนอเรชั่นกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อยุคดิจิทัล ได้พบว่า ไลน์และเฟซบุ๊กคือสื่อสังคมออนไลน์ที่เจเนอเรชัน X และ เจเนอเรชัน Y ใช้เป็นอันดับต้นๆ ในการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และเป็นสื่ออันดับแรกในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ด้วยคุณลักษณะที่เอื้อต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่ม และการไม่เสียค่าบริการเมื่อใช้การสนทนา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาลักษณะการสื่อสารของบุคลากรวัยเจเนอเรชัน Y ของสำนักหอสมุด

สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

จากผลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร Generation Y ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจภายในองค์กรของบุคลากรกลุ่ม Generation Y ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า บุคลากรในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารดังกล่าวครอบคลุมทั้งการสื่อสารในรูปแบบทางการ (Formal Communication) และไม่เป็นทางการ (Informal Communication) รวมถึงการสื่อสารแบบขึ้นลง (Downward Communication) และแนวราบ (Horizontal Communication) โดยช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการได้รับความนิยมในกลุ่ม Generation Y มากกว่า เนื่องจากสามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของบุคลากรกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างของช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมในกลุ่ม Generation Y ได้แก่ Line Official (@cmulibrary/CMU Library Group) และ Facebook (LibraryCMU/CMUL Community) ซึ่งนอกจากจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและลดความตึงเครียดในการทำงานแล้ว ยังสนับสนุนการใช้ภาษาที่มีความยืดหยุ่น เช่น การใช้ข้อความที่เป็นกันเอง อีโมจิ หรือภาพประกอบ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบที่ซับซ้อน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารภายในองค์กรยังคงเผชิญกับปัญหาหลักที่นำไปสู่ความคลาดเคลื่อน อันเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนจากผู้ส่งสาร พฤติกรรมของผู้รับสารที่แตกต่างกัน รวมถึงการตีความสารที่ไม่สอดคล้องกันตามประสบการณ์และช่วงวัย นอกจากนี้ การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายเกินไปอาจส่งผลให้เกิดความสับสนหรือขาดการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพ

ในส่วนของข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการสื่อสารในองค์กร พบว่าการนำเสนอรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารในแต่ละช่วงวัยมีความสำคัญ เช่น การสร้าง Podcast หรือการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยและสะดวกสบาย การกำหนดช่องทางหลักที่ใช้ในการสื่อสารให้ชัดเจน การผลิตสื่อที่เข้าใจง่ายและกระชับ รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารให้มีความโปร่งใสและชัดเจน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ในองค์กร นอกจากนี้การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างบุคลากรทุกช่วงวัยถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนาองค์กรในระยะยาว

ทั้งนี้ การสร้างคณะทำงานด้านการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยกำหนดทิศทางและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที การสื่อสารที่ดีภายในองค์กรจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายร่วมขององค์กรอย่างยั่งยืน

รายการอ้างอิง (References)

เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, *31*(3), 1 - 25.

นิภา วิริยะพิพัฒน์. (2559). บทบาทของ HRM: การจัดการช่องว่างระหว่างวัยในองค์กร. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนครสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *1*(2), 73 - 88.

นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). GEN B, GEN X, GEN Y: The Power of Generation. http://guru-marketing-thailand.blogspot.com/2009/05/gen-b-gen-x-gen-y-power-ofgeneration.html.

อริสรา ธนูแผลง. (2544). *รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132.*[วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital วช. https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/118633?utm_source=chatgpt.com