

สก็๊ปข่าวประชาสัมพันธ์ สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีชีวิต

ชีวิต



เมื่อเรื่องเล่าของตราสินค้าหรือแบรนด์ (Brand Story) กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดและรักษาลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ วัฒนธรรมก็เช่นกัน เรื่องเล่าของวัฒนธรรม (Culture Story) กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดและสร้างความผูกพันกับพนักงานคนที่ใช้สร้างความแตกต่างให้องค์กร และสร้างแรงบันดาลใจ เรื่องการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเป็นเรื่องที่พูดถึงกันมานาน แต่มีไม่กี่องค์กรที่สามารถทำสำเร็จและแตกต่างอย่างจริงจัง

ลองสังเกตดูว่า องค์กรที่เรารู้จักมักมีวัฒนธรรมองค์กรยอดเยี่ยมอย่าง “ทำงานเป็นทีม” “คุณธรรม” “พัฒนาอย่างต่อเนื่อง” “มุ่งผลลัพธ์” “บริการด้วยใจ” แล้วคำศัพท์เหล่านี้ สะท้อนตัวตนขององค์กรเหล่านั้นจริงหรือไม่ อย่างไรบ้าง ?

หากนึกถึงการทำให้วัฒนธรรมมีชีวิตขึ้นมา เรื่องเล่ากับการสร้างวัฒนธรรมที่ดี มีสิ่งๆ เหมือนกัน 3 ประการ ที่เราสามารถหยิบมาเป็นข้อคิดได้ดี ดังนี้

เรื่องเล่าที่ดี ย่อมให้เราเป็นตัวละครหลักของเรื่อง

หากคุณลองนึกถึงหนังเรื่องโปรดสักเรื่อง ถ้าสังเกตดีๆ จะพบว่า คุณหลงรักหนังเรื่องนี้เพราะอะไร นอกจากพล็อตเรื่องที่น่าติดตามแล้ว ยังอาจเป็นเพราะเขาทำให้คุณรู้สึกเสมือนว่า ได้กลายเป็นตัวละครหลักที่โลดแล่นอยู่บนหน้าจอ ทำให้คุณรู้สึก ‘อิน’ ไปกับบทบาทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนักรบผู้กล้า เจ้าชายเจ้าหญิง นักแข่งรถแถวหน้า หรือแม้แต่นักธุรกิจมือทอง

การสร้างวัฒนธรรมก็เช่นกัน ดิสนีย์ (Disney) เป็นหนึ่งองค์กรที่มีพนักงานเป็นตัวละครหลักของเรื่อง เป็นนักแสดง (CastMember) ที่ทำการแสดง (Show) ของตนเองให้ดีที่สุดไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทหรือระดับชั้นงานใดก็ตาม ทุกคนล้วนเป็นตัวละครหลักของหนังในชีวิตจริงเรื่องนี้ วันนี้พนักงานของคุณรู้สึกหรือไม่ว่า พวกเขาเป็นตัวละครหลักในวัฒนธรรมหรือ ‘เรื่องเล่า’ นั้น?

เรื่องเล่าที่ดี มักมีพล็อตเรื่องที่น่าจดจำ

ในหนังเรื่องโปรดของคุณ แน่แน่นอนว่า ย่อมมีฉากประทับใจที่คุณจดจำได้แม้เวลาจะผ่านมาหลายปี เรื่องเล่าที่เกิดขึ้นจริงของการทำงาน เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่พนักงานจดจำได้

โรงแรมริซ คาร์ลตัน (The Ritz-Carlton) เป็นหนึ่งองค์กรที่มักถูกยกให้เป็นองค์กรต้นแบบในการใช้ ‘เรื่องเล่า’ ใน

การพัฒนาองค์กร บนหน้าเว็บไซต์ของโรงแรม เต็มไปด้วยเรื่องเล่าที่น่าจดจำจากพนักงานและลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้สื่อถึงวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างเป็นธรรมชาติและน่าจดจำ หนึ่งในหลายเรื่องที่น่าประทับใจเช่นเรื่องของคูร์กอันนี่มินูนี่ ที่เลือกมาเลเซียเป็นจุดหมายของการอันนี่มินู คินสุดท้ายของการพักผ่อน พวกเขาโชคดีที่ท่ากล้องถ่ายรูปหายไปแต่นั้นไม่สำคัญเท่ากับภาพถ่ายที่หาค่าไม่ได้ที่อยู่ในกล้องนั้น ทันทีที่พนักงานของ โรงแรม ริช คาร์ลตันทราบ พวกเขาเลือกที่จะทำสิ่งที่เกินความคาดหมายแก่ลูกค้าหลังจากคูร์กเช็คเอาท์ออกจากโรงแรม พนักงานตัดสินใจใช้กล้องถ่ายรูปของตนเองถ่ายรูปตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น ไชน่าทาวน์ ,เคแอล ทาวเวอร์ เป็นต้น ซึ่งก็ทันเวลาพอดี ก่อนที่คูร์กจะขึ้นเครื่องบิน พนักงานได้ไปเซอร์ไพรส์รอที่สนามบิน พร้อมกับส่งมอบอัลบั้มรูปถ่ายความทรงจำอันล้ำค่าในมาเลเซียให้ นี่เป็นหนึ่งในตัวอย่างของเรื่องเล่าบนเว็บไซต์ของริช คาร์ลตัน ที่ทำให้วัฒนธรรมมีชีวิตขึ้นมา

(ที่มา: เว็บไซต์โรงแรมริช คาร์ลตัน)

เรื่องเล่าที่ดี ต้องสนุกจนไม่อยากพลาดตอนต่อไป

กิจกรรมที่สนุกของคุณหรือคณะทำงาน อาจจะไม่ใช่กิจกรรมที่สนุกสำหรับผู้บริหาร หรือพนักงาน วันนี้คุณรู้จักพนักงานของคุณดีพอหรือยัง? คุณได้ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมจากสิ่งเร้าที่กระตุ้นแรงจูงใจของพนักงาน ทั้งทางเหตุผลและอารมณ์อย่างไรบ้าง? สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ การใช้เครื่องมือที่ค่อนข้างเป็นทางการ เช่น แบบสอบถาม หรือ แบบทดสอบทางจิตวิทยา อาจเป็นความคิดที่ดี แต่สำหรับองค์กรขนาดเล็ก การใส่ใจสังเกต พฤติกรรมของพนักงาน หรือการพูดคุยกลุ่มย่อยบ้าง อาจทำให้คุณได้ข้อมูลใหม่ๆที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กร บางครั้งการให้ความสำคัญกับ SocialMediaก็อาจทำให้คุณ ค้นพบข้อมูลที่มีความหมายซ่อนอยู่มากกว่าแค่โพสต์อันหนึ่ง

กูเกิ้ล (Google) เป็นองค์กรที่ทราบกันดีว่า มีสำนักงานที่มีการออกแบบตกแต่งได้น่าทำงานที่สุดแห่งหนึ่ง แต่ทราบหรือไม่ว่า เบื้องหลังการออกแบบสนุกๆเหล่านั้นไม่ใช่เพียงเพื่อความสวยงาม แต่เป็นเครื่องมือชั้นยอดในการทำให้วัฒนธรรม ‘การแลกเปลี่ยน (Sharing)’มีชีวิต ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะสนุ๊ก โรงอาหาร หรือโซนนวดแผนไทย ล้วนแล้วแต่ถูกออกแบบมาเพื่อให้พนักงานมีพื้นที่ในการพูดคุย แลกเปลี่ยน ทั้งเรื่องงานและเรื่องอื่นๆ เพื่อเกิดไอเดียใหม่และวัฒนธรรมที่โดดเด่นในแบบฉบับสนุกๆของกูเกิ้ลนั่นเอง

ที่สำคัญที่สุด เรื่องเล่าของวัฒนธรรมไม่ต้องหาที่ไหนไกล เพียงเปิดตา เปิดหู และใส่ใจเท่านั้นเอง แล้วคุณจะพบว่าองค์กรนี้มีอะไรที่น่าสนใจมากกว่าที่คิด

บทความพิเศษ โดย : วสุธร หาญนภาชีวิน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาภาวะผู้นำและองค์กร สลิงชอท กรุ๊ป