

การจัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official
Establishing a communication channel in the organization via Social media on
the Line official platform.

วิมลรัตน์ เฮ้าประมงค์*

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Wimolrat Haopramong*

E-mail: wimolrath@gmail.com

Industrial Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเอาช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official และทฤษฎีการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้ในช่องทางสื่อสารขององค์กร สร้างเป็นช่องทางที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกระดับ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มพนักงานในแต่ละฝ่าย ตั้งแต่ระดับพนักงานจนถึงระดับบริหารใน บริษัท นูทริกซ์ จำกัด (มหาชน)

ผลการดำเนินการได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาในการสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือ A3 Problem Solving Report และวางแผนทางการปรับปรุง จัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ทดลองให้พนักงานในบริษัทได้ทดลองใช้ 30 คนแล้วทำการสำรวจความพึงพอใจพบว่า ช่องทางการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Line official เทียบกับช่องทางในอดีต มีความน่าสนใจ มีความสะดวกในการใช้งาน รูปแบบและเนื้อหาที่สื่อสาร มีความน่าสนใจ เนื้อหาที่สื่อสารสามารถเข้าใจง่าย และตรงกับความต้องการ การร่วมกิจกรรมการสะสมแต้มทาง Line official มีความน่าสนใจ โดยรวมมีความพึงพอใจมาก และ พบว่าผู้ทดลองใช้ไม่ลังเลที่จะเป็นเพื่อนกับช่องทาง Line official ของบริษัท อยู่ในระดับมากที่สุด

ABSTRACT

The purpose of this research aimed to bring communication channels through Social media on the line official platform and communication theory to applied in the communication channel of the organization and creating a channel for employees to be accessible to all levels and all employees. This research is qualitative research. Use an in-depth interview by interviewing a group of employees in each department from the employee level to the management level in Nutrix Public Company Limited

The results of the study showed analyzed the causes of communication problems by the A3 Problem Solving Report tool and guidelines for improvement, it was found that establishing a communication channel in the organization via social media on the line official platform then experiment with the 30 employees. that found communication channels on the line official platform compare with past channels are interesting and easy to use. The form and content communicated are interesting. The communication content can be easily understood and meet the needs. It is interesting to participate in the reward point activities through Line official. Overall, they were very satisfied and found that users did not hesitate to be friends with the company's Line official channel at the highest level.

บทนำ

การสื่อสารถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์และการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลต่อการรับรู้ เรียนรู้ การปรับตัวและก้าวตามความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ การสื่อสารจึงเป็นหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้คนในสังคมสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ทันทั่วถึง

การสื่อสารในองค์กรหรือหน่วยงานใหญ่ๆ มีบุคลากรจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนมีความต้องการซับซ้อน อาจเกิดปัญหาในการสื่อสารได้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในเรื่องของช่องทางสื่อสารที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอาจล่าช้า ขาดความน่าสนใจ หรือ เรื่องการสื่อสารในระดับเดียวกัน ที่ไม่เข้าใจ ไม่ยอมรับ ทำให้เกิดการขาดการประสานงาน เกิดการทำงานซ้ำซ้อน เกิดผลกระทบต่องค์กร อุปสรรคหรือปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารนี้ดังกล่าวนี้ เป็นสาเหตุที่การสื่อสารในองค์กรไม่เป็นไปตามแนวทาง และมักจะนำมาซึ่งความล้มเหลวในการติดต่อสื่อสาร ในองค์กรสมัยใหม่นั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นและสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีในองค์กร นอกจากนี้การสื่อสารยังสร้างสรรค์ให้เกิดวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น (สุพานี สฤษฏ์วานิช,2552)

ปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การบริหารทุกชั้นตอนล้วนแล้วแต่มีกิจกรรมการติดต่อสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ได้กลายเป็นช่องทางสำหรับใช้ติดต่อสื่อสารของบุคคลมากมายจนแทบจะกล่าวได้ว่าแต่ละบุคคลมี แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ส่วนตัวทั้งนั้น ทั้งนี้ผู้บริหารและบุคลากรทุกคนต้องเรียนรู้ลักษณะของการติดต่อสื่อสารที่ดีเข้าใจหลักของการติดต่อสื่อสารและพยายามทำการติดต่อสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อประโยชน์สูงสุดของการปฏิบัติการกิจในองค์กร หากองค์กรใด มีกิจกรรมการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นการ ช่วยส่งเสริมให้การบริหารองค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้(สามารถ อัยกร, 2557:186) และในการเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารในองค์กร ผู้เขียนเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้แต่ทั้งนี้ต้องเลือก ใช้ให้เหมาะสม กับบริบทของงาน เวลา และภายใต้เงื่อนไข ที่จำเป็นเท่านั้น

ดังนั้นการศึกษากิจการจัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กรผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official จึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official สื่อสารข่าวสารองค์กรให้ถึงพนักงานทุกระดับ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางสื่อสาร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ภายในองค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ การวิจัยนี้จะศึกษาการจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official สื่อสารข่าวสารองค์กรให้ถึงพนักงานทุกระดับ โดยใช้พื้นที่การวิจัย คือ บริษัท นูทริกซ์ จำกัด (มหาชน) ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2563 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2563 โดยมีระยะเวลารวมประมาณ 2 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการเพิ่มช่องทางสื่อสาร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ในองค์กร ทำให้พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงการสื่อสารข้อมูลได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น
2. สามารถใช้ช่องทางสื่อสารในองค์กรผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official เป็นอีก 1 ช่องทางสื่อสารมาตรฐานของบริษัท
3. นำผลการวิจัยการจัดทำที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารขององค์กร เพื่อต่อยอดในการสื่อสารกับ ชุมชน เพื่อนบ้าน ในการทำ ชุมชนสัมพันธ์ หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) ขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “การจัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 2.แนวคิดและทฤษฎีการการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ
- 3.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
- 4.วิธีการวิเคราะห์ปัญหา เครื่องมือ PDCA A3 Problem Solving Report
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกระบวนการสื่อสาร ในเบื้องต้นผู้วิจัยขอนำเสนอถึงความหมายของการสื่อสาร ซึ่งมีความหมายและนิยามไว้หลากหลายดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (2542, online) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร “วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือเป็นต้น จากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยัง อีกบุคคลหนึ่งหรือสถานที่แห่งหนึ่ง”

แชรรมม์ (Schramm,1974, p.13) คือการมีความเข้าใจร่วมกันในสัญลักษณ์ที่แสดงข่าวสาร ; (ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ร่วม)

เบเรลสันและสไตเนอร์ (Barelson, & Steiner,1964,p.527) คือ เป็นพฤติกรรมหรือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ โดยใช้ สัญลักษณ์ ได้แก่ คำพูดรูปภาพตัวเลข ตัวเลข กราฟ ; “สาร” มีความ หลากหลาย เช่น อารมณ์ ความรู้สึก ความรู้ ความสามารถ

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ ใคร พูดอะไร โดยวิธีการและช่องทางใด ไปยังใคร ด้วยผลอะไร

สูตรการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารได้ดังนี้

ใคร พูดอะไร โดยใช้วิธีการและช่องทางใด ส่งไปยังใคร ได้ผลอย่างไร
ในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพดีนั้น เราสามารถนำสูตรของลาสเวลล์มาใช้ได้ เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา

เดวิด เค. เบอร์โล (David K.Berlo,1960,p.12.) ได้ให้ความหมายการสื่อสาร (communication) หมายถึง การส่งผ่านข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ไปยังอีกคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง โดยใช้สัญลักษณ์การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ (process) อย่างหนึ่ง กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องสื่อซึ่งเป็นตัวกลางและช่องทางที่นำข่าวสาร ไปสู่เป้าหมาย แบบจำลอง ประกอบด้วย

1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode)
2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร
3. ช่องทางในการส่งสาร (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น
4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (decode)

การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ซึ่งเป็นวิธีการมอบหมายงาน การประสานงานทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร การติดต่อสื่อสารในองค์กรมีวิธีหลากหลายที่แตกต่างกันออกไป มีลักษณะวิธีการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละประเภทของการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหารองค์กร จะต้องรู้จักใช้ประเภทของการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสม และต้องมีประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ นักวิชาการหลาย ๆ ท่าน จึงแบ่งประเภทของการติดต่อสื่อสารออกเป็นหลายประเภท แตกต่างกันไป ซึ่งอาจจะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้ (วิเชียร วิทยอุดม, 2556 หน้า12-6)

ประเภทของการติดต่อสื่อสาร (Type of communication)

1. Intrapersonal Communication การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่เป็นนามธรรม และเป็นพื้นฐานของการสื่อสาร ซึ่งจะต้องเข้าใจว่า คุณคือใคร และคิดอะไร โดยผ่านการคิดและพูดกับตัวเอง ไม่ว่าจะเป็น การคิดถึงสิ่งที่ผ่านเข้ามา การแปลความหมายของข้อความหรือเหตุการณ์ต่างๆ การตอบรับประสบการณ์และ มีการมีปฏิกริยากับสิ่งอื่น

2. Group Communication การสื่อสารกลุ่มเป็นการสื่อสารของกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งสามารถสื่อสารเฉพาะหน้าระหว่างกันได้ และมีความสนใจหรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาจเป็นการสื่อสารแบบ 1:1 หรือแบบหนึ่งคนต่อหลายๆ คน เพื่อเป็นการส่งสารสู่สมาชิกในกลุ่มก็ได้

3. Organization Communication การสื่อสารองค์กร องค์กร คือ การรวมตัวกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแบ่งงานกันทำให้กับสมาชิกอย่างชัดเจนเพื่อทำงานออกมาเป็นประเภทต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกัน องค์กรมี 2 ประเภท คือ องค์กรปฐมภูมิ (เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ) และองค์กรทุติยภูมิ (เกิดขึ้นด้วยบทบาทหน้าที่) หรือจะแบ่งเป็น องค์กรแบบเป็นทางการ (มีรูปแบบ) และองค์กรแบบไม่เป็นทางการ (ไร้รูปแบบ) การสื่อสารองค์กรเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

4. Mass Communication การสื่อสารมวลชนการสื่อสารมวลชน เป็นสถานการณ์ของการสื่อสารอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปยังผู้รับจำนวนค่อนข้างมาก ไม่รู้จักมักคุ้นกัน และมีความแตกต่างกันในหมู่ผู้รับ
2. มีการถ่ายทอดสารอย่างเปิดเผยส่วนใหญ่จะกำหนดเวลาให้ถึงกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กัน
3. การสื่อสารมวลชนมักจะเป็นการสื่อสารในองค์กรที่ซับซ้อนมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

2. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้อิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อ ผู้รับสารเปิดรับ หรือ ใช้ ข่าวสารนั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนทันสมัย เพื่อความรู้ หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกป้อน ข่าวสาร หรือเนื้อหาคอยรับแต่ข่าวสาร (Passive Audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลียง หรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง

(พีระ จิระ โสภณ, 2531, น. 437)

เลือกใช้สื่อจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีในการสื่อสาร เนื้อหา รูปแบบ ความน่าสนใจ ตรงกับความต้องการ เหล่านี้ล้วนมีผลในการตัดสินใจ ทั้งยังมีความต้องการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิต เช่น ต้องการ รับรู้ความเคลื่อนไหว ติดตามสถานการณ์ของเหตุการณ์ หรือเพื่อสนทนากับผู้อื่น อย่างไรก็ตามการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่ได้รับจากสารนั้นผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสารก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แคทซ์ (Katz et al., 1974, p.127)

หลังจากได้ทราบแง่มุมแนวคิดต่างๆของทฤษฎีที่นักสื่อสารมวลชน ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้มากมาย ดังกล่าวแล้ว จากการศึกษาการแสวงหาความพึงพอใจจากการใช้สื่อ (Gratification Sought) นั้น เป็นจุดที่แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมต่างๆเกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจมีตัวแปรต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

1. ความคาดหวัง (expectation) ได้แก่การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่ หรือ คุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือ ความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์ และความพึงพอใจแก่ตนและเป็นแรงจูงใจให้บุคคลนั้นเปิดรับสื่อ

2. ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification) ความพึงพอใจจากสื่อเรามากนั้นก็ถึง ความพึงพอใจที่เราได้รับจากการเปิดรับสื่อ แต่ความพึงพอใจจากสื่อสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกัน คือ

- ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองเห็นในแง่ผล จากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็น แรงจูงใจและแรงผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคล แสวงหาจากสื่อนี้ อีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (Perceived Gratification Obtained)

- ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองเห็นในแง่ที่ บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลง ตามความเชื่อมั่นเมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อ เราสามารถสรุปความหมายความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลนั้นเปิดรับชมสื่อด้วยเนื้อหาประเภทต่างๆ ซึ่งในประเด็นนี้จะเน้นสาเหตุที่ทำให้ บุคคลเปิดรับชมสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจมาใช้อธิบายแรงจูงใจ ปัจจัยที่มีผลให้บุคคลเลือกรับชมรายการ และ ยังสามารถอธิบายถึงพฤติกรรมกรับชมรายการร่วมกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ และงานที่เกี่ยวข้อง (มนัสนันท์ อภิรมย์ วิจิตร, 2554: 23-27)

จากที่กล่าวมาในทฤษฎีข้างต้น เกี่ยวกับพฤติกรรมกรับชมข่าวสาร ทฤษฎีการคาดหวังจาก สื่อ และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ มาใช้ในการศึกษาเรื่อง “การจัดทำช่องทางสื่อสารใน องค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official” โดยเมื่อผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายต่อสิ่งใดในใจ ผลลัพธ์ที่ เกิดขึ้นก่อนจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ

3.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารถึงกันได้ ใน หลายช่องทางและมีการสร้างสังคมเครือข่ายขนาดย่อมขึ้นมา คำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง สังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มาในปัจจุบัน คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหาเรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้นดังนั้นคำว่า Social media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลาย ทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ในที่นี้ถึงสื่อต่างๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนที่อยู่ในสังคม ออนไลน์(สังคมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสื่อเหล่านี้ แต่ละคนสามารถเข้าไปดูได้ เข้าไปสร้างได้ และสามารถ แลกเปลี่ยนสื่อกันได้ เป็นสื่อของสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันสื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่าง ๆ ให้บริการ ผ่าน เว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อิน스타그램 (Instagram), ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อกเกอร์ (Blogger), ไลน์ (Line) และ วอทแอป (Whatsapp) เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

แอปพลิเคชันไลน์ (Line) กลายเป็น แอปพลิเคชันครองใจคนไทย เนื่องมาจากคุณสมบัติพิเศษ (Feature) ของแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ที่ อำนวยความสะดวกทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร การพัฒนาระบบปฏิบัติการ (Platform) ใหม่ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง โดยเน้นให้บริการฟรีต่อผู้ใช้งาน ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว สิ่งสำคัญที่

ทำให้ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) เป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะ 1. ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านอุปกรณ์และระบบปฏิบัติการที่หลากหลายอีกทั้งยังใช้งานได้ฟรี เช่น สามารถส่งข้อความฟรีทุกที่ทุกเวลา แลกเปลี่ยนข้อความกับเพื่อนๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั่วโลกทั้งข้อความและสามารถสนทนาแบบกลุ่มไลน์ (Line) 2. ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน จึงถูกใจผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย สามารถเพิ่มจำนวนเพื่อนได้ง่ายและรวดเร็ว เช่น สามารถแบ่งปัน (Share) ได้ทั้งรูป วิดีโอ ข้อความเสียง หมายเลขโทรศัพท์ และข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ ให้แก่เพื่อนของคุณ ได้อย่างง่ายดาย หรือสามารถใช้ไทม์ไลน์ (Timeline) ในการแชร์ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และสติ๊กเกอร์ เพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ กับเพื่อน และสามารถบันทึก ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ไว้ที่ Keep ทำให้ประหยัดเวลาในการค้นหาไฟล์ และแชร์สิ่งต่างๆ กับเพื่อนได้อย่างง่ายดาย 3. มีคุณสมบัติพิเศษ (Feature) ที่หลากหลาย เช่น สามารถสนทนาด้วยเสียงฟรี (Free Voice Calls) หรือจะส่งข้อความแบบวิดีโอและเสียง (Send Videos & Voice Message) ระหว่าง ประเทศได้ รวมทั้งมีสติ๊กเกอร์และอีโมติคอน (Stickers and Emoticons) ที่มากกว่า 10,000 แบบ 4. มีข้อมูลข่าวสารที่ผู้ใช้สนใจและเข้าถึงข้อมูลได้มาก รวมถึงมีสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น สามารถเพิ่มบัญชีผู้ใช้ที่เป็นทางการของศิลปินคนโปรด รวมทั้งแบรนด์สินค้าชื่อดัง ทวีตต่างๆ เป็น เพื่อน เพื่อรับข่าวสารใหม่ๆ

4.วิธีการวิเคราะห์ปัญหา เครื่องมือ PDCA A3 Problem Solving Report

กระบวนการแก้ปัญหาและติดตามงานด้วยกระดาษ A3เป็นเครื่องมือของ P-D-C-A

เพื่อให้ผู้บริหารได้เห็นและเข้าใจในปัญหาได้ง่าย ติดตามและแก้ปัญหาได้ตรงจุดที่ ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับวงจร PDCA ซึ่งถูกคิดค้นโดย Dr. Edwards W. Deming เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญสำหรับการวางแผนแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ในบริษัทชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากการรายงานที่ง่าย กระชับ เข้าใจง่ายสำหรับผู้อ่าน ใช้ต้นทุนน้อย แต่เปี่ยมไปด้วยประสิทธิภาพ หลักการ PDCA สามารถนำมาใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรให้ดีขึ้นได้ แม้กระทั่งองค์กรนั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิต ในอุตสาหกรรม เพราะหลักการ PDCA Plan-Do-Check-Act สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกงานแม้กระทั่งการดำเนินชีวิตประจำวัน

ในA3 Reportนี้จะแสดงถึงรายละเอียดอย่างครบถ้วน แต่กระชับและเข้าใจง่าย แสดงถึง การมี ประสิทธิภาพในการสรุปรายงานเพื่อเข้าใจง่ายและทรงประสิทธิภาพเพียงแผ่นเดียว ซึ่งบางครั้งกระดาษแผ่นนี้อาจแสดงถึงความครบถ้วนมากกว่าการทำรายงาน Report เป็นเล่มด้วยกระดาษหลายแผ่นอย่างที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นการฝึกพัฒนาและนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน จะช่วยย่นทั้งระยะเวลา และงบประมาณ รวมทั้งเพิ่ม ประสิทธิภาพการสื่อสาร ได้อย่างเข้าใจและเข้าถึงง่ายสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมิธ พิฑูรพงศ (2560) ศึกษา "การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงาน กรณีศึกษา บริษัท สหผลิตภัณฑ์พาณิชย์ จำกัด" "วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงานในองค์กร ของ บริษัท สหผลิตภัณฑ์ พาณิชย จำกัด 2) เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้าของ บริษัท สหผลิตภัณฑ์ พาณิชย จำกัด 3) เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ และแนวทางการแก้ปัญหาการบริหารงาน และกระบวนการทำงานผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ ของ บริษัท สหผลิตภัณฑ์ พาณิชย จำกัด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มบุคลากรในองค์กร ที่เกี่ยวข้องในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงานของ บริษัท สหผลิตภัณฑ์ พาณิชย จำกัด จำนวนทั้งหมด 4 คน และลูกค้าของ บริษัท สหผลิตภัณฑ์ พาณิชย จำกัด จำนวน 5 คน ที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อเป็นประจำมากที่สุดผลการวิจัยพบว่า ด้านการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงานในองค์กรช่วยให้การสื่อสารสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้แอปพลิเคชันไลน์นั้นยังสามารถสื่อสารด้วยภาพและเสียง ทำให้เข้าใจเรื่องกระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้านการสื่อสารของพนักงานบริษัทกับลูกค้าของบริษัททำให้การสื่อสารรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และประหยัดค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ปัญหาหลักของทางบริษัทคือ เรื่องของการสื่อสารไม่ชัดเจน และไม่เข้าใจระหว่างบุคคล ปัญหาเกิดจากการสื่อสารด้วยข้อความโดยการพิมพ์ไม่ชัดเจนและถูกต้อง การเข้าใจไม่ตรงกัน การเข้าใจผิดการแก้ปัญหาก็คือ จะต้องแก้ไขด้วยการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในโทรศัพท์เพื่อความชัดเจน และถูกต้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากพนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหาร ของบริษัททูลุทริค จำกัด (มหาชน)

2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เช่น ข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ตเพื่อรวบรวมข้อมูลการใช้งาน Line official และทฤษฎีการสื่อสาร

3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา งานวิจัยเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นพนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหาร ของบริษัททูลุทริค จำกัด (มหาชน) และเป็นผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ line มีการรับ-ส่ง ข้อความ ทางแอปพลิเคชันไลน์ในทุก ๆ วัน จำนวน 9 คน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับตำแหน่งงาน ได้แก่ พนักงาน 3 คน หัวหน้างาน 3 คน ผู้บริหาร 3 คน ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบรายบุคคล พร้อมกับมีการจดบันทึก เพื่อนำมาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป การสัมภาษณ์แต่ละราย จะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่า ข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) จึงทำการหยุดการสัมภาษณ์

4 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานบริษัท นูทริกซ์ จำกัด (มหาชน) ทำการทดลองใช้และทำแบบสอบถามความพึงพอใจจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษา

1 ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ในการวิจัยใช้คำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลหลากหลายแง่มุม ซึ่งคำถามสำหรับสัมภาษณ์พนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหาร ของบริษัทนูทริกซ์ จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแนวคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรผ่านช่องทางต่างๆ พฤติกรรมของผู้รับข้อมูล การรับรู้อุปสรรค ปัญหา ที่สับสน และ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาในการสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือ A3 Problem Solving Report และวางแผนทางการปรับปรุง

3. ทำแบบสอบถามความพึงพอใจของการเพิ่มช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official หลังทดลองใช้ นำผลที่ได้มาสรุปค่าเฉลี่ยก่อนและหลังเพื่อประเมินผลการดำเนินการ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1 ก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการส่งคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและทำการแก้ไขตามคำแนะนำให้สมบูรณ์ก่อนการสัมภาษณ์จริงเรียบร้อยแล้วและระหว่างการสัมภาษณ์ได้ทำการสังเกตการณ์และเพิ่มเติมคำถามในกรณีมีข้อสงสัยในประเด็นต่างๆ เพิ่มจากคำตอบ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และทำความเข้าใจกับสถานการณ์นั้นๆ ในระหว่างการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการถอดข้อความจากการสัมภาษณ์ส่งไปให้ผู้สัมภาษณ์ได้ตรวจทานความถูกต้อง หากมีข้อความใดไม่ตรงตามความหมายที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ไว้ผู้วิจัยจะได้ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเพื่อความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือในงานวิจัย นอกจากนี้ผู้ทำการวิจัยได้ใช้การตรวจสอบแบบ สามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ กัน ได้แก่จากการวิเคราะห์เนื้อหา จากการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษา และจากข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบให้คำถามมีความน่าเชื่อถือ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และนำค่าของคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญนี้ความสอดคล้อง (Index of Congruence) โดยจะคัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป

2 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่ทำให้ใช้เวลาในการสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือ PDCA A3 Problem Solving Report นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและทำการแก้ไขตามคำแนะนำ

3 สร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินผลก่อน-หลังจากที่ได้มีการทดลองดำเนินการจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ผู้วิจัยได้ทำการส่งคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบและทำการแก้ไขตามคำแนะนำให้สมบูรณ์ก่อนสอบถาม นอกจากนี้ผู้ทำการวิจัยได้ใช้การตรวจสอบแบบ สามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ กัน ได้แก่จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากการ ตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษา และจากข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบให้คำถามมีความน่าเชื่อถือ

เก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2563 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2563 โดยมีระยะเวลา รวมประมาณ 2 เดือนดังนี้

1.การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นนำข้อมูลมา วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาในการสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือ A3 Problem Solving Report และวางแนวทางการ ปรับปรุง

2.การจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official มาทดลองดำเนินการใช้ พร้อม สำนวความพึงพอใจในการใช้ช่องทางใหม่ในการสื่อสารกับพนักงาน 30 คนที่ได้ทำการทดลองใช้และทำการ วิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1 นำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official มาทดลองดำเนินการใช้

2 สอบถามความพึงพอใจของการเพิ่มช่องทางช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official หลังทดลองใช้

ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษการจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ใน รูปแบบการพรรณนา สรุปข้อมูลประกอบเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหาร บริษัททุนทริกซ์ จำกัด (มหาชน) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาในการสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือ A3 Problem Solving Report และวางแนว ทางการปรับปรุงพบว่า องค์กรมีการสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ปัจจุบันองค์กรมีการทำ การสื่อสารผ่าน Social media ในงานมากขึ้นพบใช้การสื่อสารบน Application line อีกทั้งพนักงาน หัวหน้างาน ผู้จัดการ รู้สึกว่ามีการสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น พนักงานรู้สึกว่ามันดี เพราะไลน์สามารถส่งผ่านทั้งทางรูปภาพ วิดีโอ ทำให้

สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง เข้าใจเนื้อหามากขึ้น บริษัทมีการสนับสนุนให้มีการสื่อสารการทำงานและการสื่อสารในองค์กรผ่าน Application Line และมี WIFI ฟรีให้พนักงานทุกระดับสามารถใช้งานได้ พนักงานรู้สึกดี รู้สึกทันสมัย สามารถเข้าถึงข่าวสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทางผู้วิจัยจึงได้นำเสนอวิธีการสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official เป็นอีกช่องทางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทั่วไป นำมาสู่การการจัดทำช่องทางสื่อสารผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official และทดลองใช้ดังนี้

1. สร้างบัญชีชื่อ Nutrix-Factory โดย อีเมล ที่สร้างใหม่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ บริษัททำการกรอกข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลเวลาทำการ หมายเลขโทรศัพท์ เว็บไซต์ และที่อยู่ของบัญชี
 2. สร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่ และสร้างริชเมนู (Rich Menu) แถบเมนูลัดที่เป็นพิมพ์ในหน้าจอ ซึ่ง เป็นเมนูที่ดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร และยังสามารถใช้เมนูเหล่านี้เพื่อ ส่งข้อมูลข่าวสาร แจกคู่มือ และอื่นๆ แก่ผู้รับสาร ตามแนวทางที่ต้องการเน้นย้ำในการสื่อสาร ได้
 3. สร้างข้อความถึงผู้ติดตามทุกคน (Broadcast Message) เป็นการส่งข้อความไปหาคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน เหมาะกับการแจ้งข่าวสาร ข้อมูล หรืออื่นๆ ตามที่ต้องการ โดยจะสามารถ broadcast ไปหาผู้รับสารที่ติดตามได้ทุกคน
 4. สร้างแผ่นให้ความรู้ส่งวารสารผ่านไทม์ไลน์ (Timeline Post) ที่โพสต์ข่าวสารของวารสารประจำเดือน ซึ่ง จะสามารถเป็นที่เก็บข้อมูลข่าวสารย้อนหลังสามารถเข้ามาดูได้ตลอดเวลา
 5. สร้างกิจกรรมการ์ดสะสมแต้ม (Reward card) บัตรสะสมแต้มเป็นเครื่องมือในการช่วยดึงดูดให้เกิดความสนใจโดยเราสามารถสร้างเทมเพลตบัตรสะสมแต้มที่สวยงาม สร้าง แคมเปญ ให้ของรางวัลที่น่าสนใจ เช่น เมื่อพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม หรือ ตอบคำถามถูก สามารถสะสมแต้มได้ ขึ้นกับ แคมเปญ ในช่วงนั้นๆ เพื่อกระตุ้นความอยากเข้าร่วมกิจกรรม
 6. สร้างช่องทางการเพิ่มเพื่อนและแนะนำเพื่อน สามารถให้ผู้รับสารเพิ่มบัญชีไลน์เพิ่มเป็นช่องทางได้ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น แชร์ไปยัง ไลน์แชท ให้แสดกคิวอาร์โค้ด ส่งลิงค์ให้กด หรือ อื่นๆ
 7. เป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางสื่อสาร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ภายใต้ในองค์กร ผู้วิจัยได้จัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ได้ทดลองให้พนักงานในบริษัทได้ทดลองใช้จำนวน 30 คน และทำการสำรวจความพึงพอใจก่อนและหลังการทดลองใช้ช่องทางดังกล่าวเป็นเวลา 1 สัปดาห์จำนวน 30 คน โดยในแต่ละชื่อมีคะแนนให้เลือกตอบตามระดับความคิดเห็นที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม พบว่า
- ช่องทางการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Line official มีความน่าสนใจ เทียบกับรูปแบบในอดีตอยู่ในระดับ มาก
 - ช่องทางการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Line official มีความสะดวก เทียบกับรูปแบบในอดีต อยู่ในระดับ มาก
 - รูปแบบการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Line official มีความน่าสนใจ เทียบกับรูปแบบในอดีตอยู่ในระดับ มาก
 - เนื้อหาที่สื่อสารมีความหลากหลาย น่าสนใจ เทียบกับรูปแบบในอดีต อยู่ในระดับ มาก
 - เนื้อหาที่สื่อสารสามารถเข้าใจง่ายและตรงกับความต้องการข้อมูลข่าวสาร เทียบกับรูปแบบในอดีต อยู่ในระดับ มาก
 - การร่วมกิจกรรมการสะสมแต้มทาง Line official มีความน่าสนใจ เทียบกับรูปแบบในอดีตอยู่ในระดับ มาก
 - ท่านสามารถเข้าถึงช่องทางสื่อสารทาง Line official ได้ง่ายเทียบกับรูปแบบในอดีต อยู่ในระดับ มาก

โดยรวมมีความพึงพอใจมาก และ พบว่าผู้ทดลองใช้ไม่ลังเลที่จะเป็นเพื่อนกับช่องทาง Line official ของ บริษัท อยู่ในระดับ มากที่สุด

การอภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้พบประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจหลายประเด็นด้วยกันในการทดลองใช้และสัมภาษณ์ ผู้ทดลองใช้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมออกมาเป็นการอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

พนักงานมีการสื่อสารตามช่องทางมาตรฐานในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เช่น email ประกาศ, บอร์ด, ประชุม ฯลฯ แต่ทั้งนี้พนักงาน ทุกคน ไม่มี email รับรู้ช่องทางสื่อสารอื่น บางครั้งก็ลืม จำไม่ได้ การเข้าหา ข้อมูลก็ทำได้ยาก ต้องออกเดิน ไปดูบอร์ด ซึ่งสภาพแวดล้อมสถานที่ทำงานไม่สะดวกใช้เวลานาน วิธีการสื่อสารทาง เสียงตามสาย บางพื้นที่ไม่สามารถได้ยิน การสื่อสารที่ติดบอร์ดเป็นตัวหนังสือ ไม่น่าสนใจ จากการเก็บข้อมูลจากการ สัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า องค์กรมีการสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ปัจจุบันองค์กรมีการทำ การสื่อสารผ่าน Social media ในงานมากขึ้นพบใช้การสื่อสารบน Application line อีกทั้งพนักงาน หัวหน้างาน ผู้จัดการ รู้สึกว่ามีการสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น พนักงานรู้สึกว่ามันดี เพราะไลน์สามารถส่งผ่านทั้งทางรูปภาพ วิดีโอ ทำให้ สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง เข้าใจเนื้อหามากขึ้น บริษัทมีการสนับสนุนให้มีการสื่อสารการทำงานและการสื่อสาร ในองค์กรผ่าน Application Line และมี WIFI ฟรีให้พนักงานทุกระดับสามารถใช้งานได้ พนักงานรู้สึกดี รู้สึก มันดี สามารถเข้าถึงข่าวสาร ข้อมูล ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุมนุมพร มงคล (2560) การศึกษาเรื่องการใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อสนองต่อความต้องการด้านการทำงานของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานราชการ พบว่า กลุ่มผู้ปฏิบัติงานราชการใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อสนองต่อความต้องการด้านการทำงานในระดับปานกลาง และ ใช้ แอปพลิเคชันไลน์เป็นเครื่องมือดาวน์โหลด ส่งต่อรูปภาพ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็วในกรณีเร่งด่วน และ ใช้ แอปพลิเคชันไลน์ในการส่งข้อมูลให้คนในกลุ่มที่ทำงานร่วมกันในหน่วยงาน อีกทั้งงานวิจัยของ สมิต พิฑูรพงศ (2560) การศึกษาการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงาน กรณีศึกษา บริษัท สหผลิตภัณฑ์พาณิชย์ จำกัด พบว่า การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงานในองค์กรช่วยให้การสื่อสารสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้แอปพลิเคชันไลน์นั้นยังสามารถสื่อสารด้วยภาพและเสียง ทำให้เข้าใจเรื่องกระบวนการทำงานมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้านการสื่อสารของพนักงานบริษัทกับลูกค้าของบริษัททำให้การสื่อสารรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และประหยัดค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์

จากการสร้างบัญชีชื่อ Nutrix-Factory และรวมทั้งฟังก์ชันต่าง ไม่ว่าจะเป็นข้อความทักทายเพื่อนใหม่ ริชเมนู (Rich Menu) การส่งข้อความถึงผู้ติดตามทุกคน (Broadcast Message) สร้างแผนให้ความรู้,ส่งวารสารผ่านไทม์ไลน์ (Timeline Post) และ กิจกรรมการ์ดสะสมแต้ม (Reward card) บนแพลตฟอร์ม Line official เพื่อเป็นช่องทางในการ สื่อสารให้ถึงพนักงานทุกคน ทุกระดับ ที่มีการใช้งาน Application line ทำให้สามารถเข้าถึงการสื่อสารทาง Line official ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการจัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ได้ ทดลองให้พนักงานในบริษัทได้ทดลองใช้จำนวน 30 คนเป็นเวลา 1 สัปดาห์ พบว่าช่องทางนี้ได้รับความสนใจจาก พนักงานเป็นจำนวนมาก พนักงานให้ข้อมูลว่าช่องทางมีความน่าสนใจ มีความสะดวกในการหาข้อมูล จากการ

แนะนำให้ทดลองใช้ ซึ่งครั้งแรกพนักงานสงสัยว่าใช้งานอย่างไร ทางผู้วิจัยได้แสดงการใช้งานและทดลองให้ใช้งานด้วยตัวเองพบว่าใช้งานง่าย มีความแปลกใหม่ เนื้อหาที่สื่อสารมีความหลากหลาย น่าสนใจ เนื้อหาที่สื่อสารสามารถเข้าใจง่ายและตรงกับความต้องการข้อมูลข่าวสาร และการเข้าร่วมกิจกรรมสะสมคะแนนนั้นสะดวกต่อการร่วมกิจกรรม อีกทั้งช่วยลดทรัพยากรการใช้กระดาษเขียนชื่อส่งส่วนกลาง และเมื่อสอบถามถึงการใช้งานเต็มระบบเพื่อให้พนักงานทุกคนได้ร่วมเป็นเพื่อนและใช้งานช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official พนักงาน ไม่ลังเลที่จะเป็นเพื่อนกับช่องทาง Line official ของบริษัท อยู่เป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษารายการจัดทำช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official ในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคในการสื่อสาร แนวทางการใช้ช่องทางสื่อสาร และประโยชน์ ในการสื่อสารผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นประโยชน์และปรับใช้ได้หลายด้านดังนี้

1.สามารถใช้ช่องทางสื่อสารในองค์กร ผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official เป็นช่องทางมาตรฐานในองค์กร เพิ่มมาตรการการตอบรับข้อความตอบกลับจากพนักงาน เพื่อเป็นอีกช่องทางที่สามารถรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะจากพนักงานได้ เนื่องจากการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Line official สามารถแชทแบบ 1 ต่อ 1 (1-1 Chat) ส่งข้อความโดยตรงหา admin ได้สะดวกและรวดเร็ว

2.สามารถสื่อสารความรู้ด้าน food safety, ระบบคุณภาพ, สิ่งแวดล้อม, ความปลอดภัยและแรงงานสัมพันธ์ เพื่อเป็นความรู้แก่พนักงาน พนักงานสามารถเปิดอ่าน หาข้อมูลที่ทางองค์กรประชาสัมพันธ์ได้

3.จากผลการวิจัยที่ได้มาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารขององค์กร เพื่อต่อยอดในการสื่อสารกับ ชุมชน เพื่อนบ้าน ในการทำ ชุมชนสัมพันธ์ หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) ขององค์กร ให้ชุมชนทราบข่าวสาร ข้อมูล ขององค์กรในการสื่อสารชุมชนสัมพันธ์ หรือ CSR รวมทั้งให้ชุมชนได้รับรู้ ร่วมกิจกรรม ซึ่งสามารถเข้าร่วมได้ง่าย และสะดวก ที่ทางบริษัทจัดขึ้น ผ่านทางผ่าน Social media บนแพลตฟอร์ม Line official

เอกสารอ้างอิง

กริช สืบสนธิ์. (2548). วัฒนธรรมและประเพณีกรรมการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

พีระ จิตร โสภณ. (2531). การวิเคราะห์องค์ประกอบในงานนิเทศศาสตร์. ใน เอกสารการสอนชุดวิชา

ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์(หน่วยที่ 8-15). กรุงเทพฯ: บางกอกบลิ๊ก.

วิเชียร วทียอุดม. (2556). พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behaviors). กรุงเทพฯ:

บริษัท ธนรัชการพิมพ์จำกัด

วิภาส ทองสุทธิ. (2552). พฤติกรรมองค์กร Organizational behavior. กรุงเทพฯ: อินท

สามารถ อัยกร. (2558). โปรแกรมไลน์กับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร :

มหาวิทยาลัย ราชภัฏสกลนคร

สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2552). พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่:แนวคิดและทฤษฎี

(พิมพ์ครั้งที่7).กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชุนนุ มงคล (2560) ศึกษาเรื่อง”การใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อสนองต่อ ความต้องการ ด้านการ
ทำงานของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานราชการ” ปรินญาณืเทศศาสตร์มหาบัณัฑิต สาขาวิชาการศึกษา
เชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมิธิ พิฑูรพงศ (2560) ศึกษาเรื่อง”การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในกระบวนการทำงาน
กรณีศึกษาบริษัท สหผลิตภัณฑ์พาณิชย์ จำกัด “ปรินญาณืเทศศาสตร์มหาบัณัฑิต
สาขาวิชา การสื่อสารการตลาดดิจิทัล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ