

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษานโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดกับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

ซึ่งในส่วนนี้ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการแจกแจงข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ทุกกลุ่มเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ 1) ฝ่ายสื่อสารองค์กร จำนวน 2 คน 2) ฝ่ายบุคคล-ธุรการ จำนวน 1 คน และ 3) กลุ่มตัวแทนพนักงาน จำนวน 5 คน

ตอนที่ 2 ผลการศึกษา จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแต่ละวัตถุประสงค์มีคำถามที่ใช้ในการนำการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษานโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

- มีการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง
- มีการสื่อสารนโยบายและเป้าหมายของบริษัทบ้างหรือไม่
- มีการสั่งการการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

- การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กร
- วิธีการสื่อสารภายในองค์กร
- ประเด็นในการสื่อสารภายในองค์กร
- ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดกับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

- ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร
- ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารภายในองค์กร

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นจะนำเสนอในรูปแบบของตารางเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มว่าเป็นอย่างไร ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการแจกแจงข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

เปรียบเทียบผลการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

จากการสัมภาษณ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร, ฝ่ายบุคคล และพนักงาน

ในส่วนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
1. นโยบายการสื่อสารของบริษัทฯ เป็นอย่างไร และมีวัตถุประสงค์อย่างไรบ้าง	เป็นการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้	-	-

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
2. การติดต่อสื่อสารในองค์กรมีการสื่อสารอย่างไร	การสั่งการขึ้นอยู่กับประเด็นของการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้ง	ถ้าเป็นในส่วนขอข้อมูลฝ่ายบุคคล ข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ จะต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้บริหารก่อน แต่ในส่วนขอฝ่ายธุรการผู้ส่งข้อมูลนั้น ๆ จะสามารถดำเนินการสื่อสารได้เลย ซึ่งยึดตามแบบฟอร์มเดิมที่มีอยู่แล้ว	-
3. การสื่อสารในแต่ละตำแหน่งมีการสื่อสารแบบใด	เป็นการสั่งงานทางวาจาจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน	เป็นการสั่งงานทางวาจาจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน	เป็นการสั่งงานทางวาจาจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน
4. มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายของบริษัทต่อพนักงานบ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด	มีการเปิดเผยนโยบายการดำเนินงานของบริษัท	มีการเปิดเผยเกี่ยวกับนโยบายของบริษัทบ้างแต่ยังน้อย	ได้รับบ้าง แต่ยังไม่มากและไม่ชัดเจน ส่วนที่ได้รับจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของตนเองเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.2

เปรียบเทียบผลการศึกษาศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด
จากการสัมภาษณ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร, ฝ่ายบุคคล และพนักงาน
ในส่วนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
1. มีการกำหนดกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรไว้อย่างไรบ้าง	ทางฝ่ายสื่อสารองค์กรได้ให้ความเห็นว่าส่วนของกลยุทธ์ที่บริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เลือกใช้นั้นจะเน้นการใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication)	ไม่ได้มีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรไว้อย่างชัดเจน	-
2. การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีการใช้วิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง	มีทั้งการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ และการสื่อสารผ่านตัวบุคคล	มีการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวกับฝ่ายบุคคล และ ส่วนที่เกี่ยวกับฝ่ายธุรการ	ติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผ่านผู้บังคับบัญชา
3. การสื่อสารภายในองค์กรมีการสื่อสารในเรื่องใดบ้าง	มีการสื่อสารทั้งเรื่องงานและในเรื่องของข่าวสารต่าง ๆ	สื่อสารในทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อพนักงาน	มีการสื่อสารทั้งเรื่องงานและในเรื่องของข่าวสารต่าง ๆ
4. การสื่อสารภายในองค์กรมีการใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างไรบ้าง	ใช้ภาษาแบบกึ่งทางการเพื่อความเข้าใจง่ายของพนักงาน	การใช้ภาษาขึ้นอยู่กับประเด็นนั้น ๆ ว่าเป็นเรื่องใด โดยถ้าเป็นเรื่องของฝ่ายบุคคลนั้นจะต้องมีการผ่านการขัดเกลาภาษาจากผู้บริหารมาก่อนแต่หาก	ใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการมากนัก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
		ว่าเป็นส่วนของฝ่าย ธุรการ ผู้แจ้งข่าวสาร จะยึดตามแบบฟอร์มที่ เคยปฏิบัติหรือที่ได้ทำ ไว้แล้วซึ่งไม่ต้องผ่าน การขັດเกลารายชื่จาก ผู้บริหารก่อน	
5. การสื่อสาร ภายในองค์กรจะมี การสื่อสารในเวลา ใดบ้าง	มีการสื่อสารอยู่ ตลอดเวลาทั้งการสั่งงาน และแจ้งข่าวสาร	มีการสื่อสารตลอด เวลาหากมีเรื่องหรือ เหตุการณ์ใดที่มีผล กระทบต่อพนักงาน ของบริษัท	มีการสื่อสารตลอดเวลา เพราะต้องติดต่อทั้ง เรื่องงานและรับทราบ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
6. การใช้สื่อหรือ ช่องทางในองค์กรมี การใช้สื่อในรูปแบบ ใดบ้าง	เว็บเมล, บอร์ด ประชาสัมพันธ์, ข้อความ สั้น	เว็บเมล, บอร์ด ประชาสัมพันธ์, ข้อความสั้น	เว็บเมล, บอร์ด ประชาสัมพันธ์, ข้อความสั้น
7. มีการใช้สื่อหรือ ช่องทางใดในการ สื่อสารมากที่สุด	เว็บเมล	เว็บเมล	เว็บเมล และ บอร์ด ประชาสัมพันธ์ของ บริษัท

ตารางที่ 4.3

เปรียบเทียบผลการศึกษาศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

จากการสัมภาษณ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร, ฝ่ายบุคคล และพนักงาน

ในส่วนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
1. ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรที่เกิดขึ้นมีอะไรบ้าง	การที่ผู้บริหารยังไม่มีเวลาในการที่จะพบปะหรือพูดคุยกับพนักงานมากนัก รวมทั้งยังไม่มีเวลาในการมาดูแลในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กรมากเท่าที่ควร	ปัญหาอยู่ที่ตัวบุคคล ซึ่งก็คือพนักงานบางคนอาจยังไม่เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้แจ้งไป	ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน, พนักงานบางคนไม่สนใจหรือไม่เปิดรับข้อมูลข่าวสารบางอย่าง
2. ปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร	ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ วัฒนธรรมขององค์กรที่ยังคงยึดติดกับรูปแบบการสื่อสารแบบเดิม ๆ ซึ่งอาจทำให้ไม่เปิดรับการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ	ตัวพนักงานเองที่ยังไม่สนใจเปิดรับข่าวสาร	รูปแบบของอีเมลที่ยังไม่ดึงดูดให้พนักงานเขาเช็คเมลทุกวัน, ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับยังไม่ครบถ้วนและชัดเจน, ตัวบุคคล คือ พนักงาน
3. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนชัดเจนในการสื่อสารแต่ละครั้งหรือไม่	-	-	ยังได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ครบถ้วนเท่าใดนัก
4. ท่านคิดว่าสื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กรมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร	เหมาะสมแล้ว	เหมาะสมแต่ควรมีการปรับปรุงการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	เหมาะสมแต่ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานและควรเพิ่มสื่อให้มากขึ้น

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

หัวข้อการสัมภาษณ์	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายบุคคล	พนักงาน
5. ข้อเสนอแนะต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับการสื่อสารภายในองค์กร	เพิ่มความชัดเจนของรายละเอียดในการดำเนินงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานเข้าใจในงานที่ได้รับมอบหมายมากขึ้น	ปรับปรุงรูปแบบและฟังก์ชัน ๆ ต่างของอีเมลให้น่าสนใจและสะดวกสบายในการใช้งานมากขึ้น	ปรับปรุงเว็บไซต์และเว็บเมล์, เพิ่มช่องทางเพื่อให้การสื่อสารครอบคลุมและทั่วถึงมากขึ้น, ปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

ตอนที่ 2 ผลการศึกษา จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษานโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

มีการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์ฝ่ายสื่อสารองค์กรได้ข้อมูลในส่วนนี้ว่า บริษัท เจียไต๋ จำกัด จะเน้นการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร กล่าวคือ บริษัทต้องการที่จะมีการสื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งเพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักและจดจำของคนภายนอกมากขึ้น แต่การที่จะทำการสื่อสารออกไปภายนอกได้นั้นจะต้องมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีเสียก่อน

...การสื่อสารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด จะยึดตามแนวทางของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ ก็จะเป็นการใช้การสร้างการสื่อสารที่ดีจากภายในองค์กรแล้วจึงทำการสื่อสารไปยังภายนอกองค์กรได้ โดยวัตถุประสงค์ในการสื่อสารองค์กรนั้นโดยหลัก ๆ ก็เพื่อที่จะสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานให้มีมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้บริษัทนั้นสามารถดำเนินงานไปได้ตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้ ซึ่งก็จะต้องมีการสร้างในส่วนของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทให้มากขึ้น และให้พนักงานได้มีการช่วยกันคิดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำภายในองค์กร ซึ่งในการสื่อสารขององค์กรเราก็จะเน้นในเรื่อง

ของ 4 ค่านิยมหลัก (Core Value) คือ Trustworthy, Innovative, Passionate และ Partnership... (กุลวดี นิมนวล, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2553)

สำหรับ 4 ค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กรดังกล่าวข้างต้นนั้นทางฝ่ายสื่อสารองค์กรได้ให้ความหมายเพิ่มเติมในแต่ละตัว ดังต่อไปนี้

1. Trustworthy หรือ ความวางใจได้ หมายถึง องค์กรจะต้องมีความเป็นมืออาชีพที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้โดยทำทุกอย่างด้วยคุณภาพและจริยธรรม
2. Innovative หรือ นวัตกรรม หมายถึง เราจะต้องไม่หยุดนิ่งที่จะเรียนรู้ และมีความกล้าที่จะท้าทายกรอบแนวคิดแบบเดิม ๆ เพื่อสร้างแหล่งกำเนิดอาหารคุณภาพ
3. Passionate หรือ ความกระตือรือร้น หมายถึง ความมุ่งมั่น ทุ่มเท ที่เปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจและพร้อมที่จะเป็นผู้บุกเบิกเพื่อสิ่งดี ๆ ให้กับวงการเกษตร
4. Partnership หรือ เพื่อน หมายถึง ความเป็นมิตร พร้อมช่วยเหลือ ด้วยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์

นอกจากนี้ยังอาจสรุปได้ว่านโยบายและวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้นจะเน้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมของพนักงาน คือ ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และยังเพื่อเป็นการสร้างความจงรักภักดีให้กับองค์กร หรือการที่บริษัทต้องการทำการสื่อสารกับบุคคลภายนอกมากขึ้น คือ มีการทำการโฆษณาสินค้าของบริษัทมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งผู้บริหารเองก็มองว่าควรจะต้องทำการสื่อสารภายในให้ดีกว่านั้นให้พนักงานรู้จักกับตัวองค์กรเป็นอย่างดีก่อน จึงจะสามารถสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มีการสื่อสารนโยบายและเป้าหมายของบริษัทบ้างหรือไม่

สำหรับนโยบายในการดำเนินและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็ได้มีการสื่อสารเพื่อให้พนักงานได้รับทราบและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางบริษัทได้มีการเปิดเผยข้อมูลในส่วนของนโยบายแต่ยังไม่มากนักโดยจากการได้สัมภาษณ์ตัวแทนพนักงานของบริษัทนั้นส่วนใหญ่แล้วก็จะได้รับทราบนโยบายของบริษัท แต่ยังไม่มากและไม่ชัดเจน และยังเป็นการเปิดเผยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของตนเท่านั้น

...สำหรับนโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท แน่นอนว่าจะต้องมีการเปิดเผยเพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงเป้าหมายในการดำเนินงานว่าเป็นอย่างไร เพื่อให้มีเป้าหมายในการดำเนินงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่พนักงานก็อาจไม่ได้

รับทราบทั้งหมด แต่ปัจจุบันทางบริษัทเริ่มมีการที่จะให้พนักงานทราบนโยบายแล้ว เป้าหมายของบริษัทให้มากขึ้น เพราะจะช่วยในการทำให้บุคคลภายนอกนั้นรู้จักเรามากขึ้น คือว่าเราจะต้องมีการทำให้พนักงานของเราู้และเข้าใจถึงเป้าหมายของบริษัทไปในทิศทางเดียวกันซะก่อน จึงจะสามารถทำการสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกได้... (อรพิน ลีลาพงศธร, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2553)

จะเห็นว่าการสื่อสารนโยบายของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ต่อพนักงานนั้น ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการสร้างแบรนด์หรือทำการตลาดให้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี คือ จะช่วยให้คนภายนอกรู้จักเรามากขึ้นและช่วยให้บริษัทมีการสื่อสารไปยังภายนอกได้ง่ายขึ้นด้วย หากมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานของเจียไต๋อย่างดีแล้ว

โดยจากผลการสัมภาษณ์นั้น การสื่อสารในส่วนของนโยบายและเป้าหมายขององค์กรนั้นยังถือว่าน้อยและบางคนอาจไม่ได้รับก็เป็นได้

มีการสั่งการการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง

การสั่งการสำหรับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ผู้ที่ทำการส่งข้อมูลข่าวสารของทางบริษัทนั้นจะต้องมีการแจ้งกับทางผู้บริหารเพื่อการรับทราบก่อน เช่น การประกาศการเลื่อนตำแหน่งก็จะต้องมีการให้ผู้บริหารลงนามและรับทราบก่อนที่จะประกาศ แต่หากเป็นในกรณีประกาศข่าวสารทั่ว ๆ ไปก็จะสามารถส่งข้อมูลไปยังพนักงานได้เลยโดยไม่ต้องผ่านผู้บริหาร

...ในส่วนนี้จะแล้วแต่เรื่องคะ ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับทางฝ่ายบุคคลหรือธุรการ ก็คือว่าถ้าเป็นเรื่องของการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางฝ่ายบุคคล เช่น เรื่องการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น จะต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้บริหารก่อนไม่ว่าจะเป็นในการขจัดเกลลาภาษาและการตรวจสอบความถูกต้อง จึงจะสามารถทำการส่งข้อมูลข่าวสารได้ แต่ถ้าหากว่าเป็นเรื่องของฝ่ายธุรการ เช่น กำจัดปลวก หรือ ทำความสะอาดสำนักงาน เป็นต้น ก็ไม่ต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้บริหาร สามารถส่งข้อมูลได้เลยซึ่งหนังสือต่าง ๆ ในส่วนของธุรการก็ได้มีแบบฟอร์มกำหนดไว้แล้วด้วย... (นฤมล เหม็งซัง, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2553)

จะเห็นว่าการสั่งการในการสื่อสารภายในองค์กรนั้น จะมีเพียงในส่วนที่เป็นประกาศข้อบังคับ กฎระเบียบ และประกาศเลื่อนตำแหน่ง เท่านั้นที่จะต้องมีการผ่านการตรวจสอบหรือรับทราบของผู้บริหารก่อนทั้งนี้ก็เนื่องจากว่าเป็นประกาศที่ค่อนข้างสำคัญผู้บริหารเองก็ต้องเซ็นต่อนุมัติ และตรวจสอบการใช้ภาษาก่อนว่าถูกต้องหรือไม่จึงจะสามารถประกาศไปได้ ส่วนนอกเหนือจากนี้ก็สามารถที่จะทำการประกาศหรือแจ้งข่าวสารได้ทันที

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กร

สำหรับกลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นจะเน้นในเรื่องของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กล่าวคือ จะมีทั้งการสื่อสารจากผู้บริหารสู่พนักงานและจากพนักงานขึ้นไปสู่ผู้บริหารเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน โดยจากการสัมภาษณ์นั้นมีข้อมูลที่น่าสนใจจากทางฝ่ายสื่อสารองค์กร ในส่วนของกลยุทธ์ในการสื่อสารองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

ผู้บริหารก็จะมีการสื่อสารกับพนักงานโดยผ่านทางสายบังคับบัญชา เช่น ในเรื่องของนโยบาย, ในการกำหนดราคาสินค้า หรือไม่ว่าจะเป็นนโยบาย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกส่งผ่านทางหัวหน้างานเพื่อให้ไปสื่อสารต่อไปยังพนักงานหรือคนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ในส่วนของพนักงานเองก็จะมีการสื่อสารมายังผู้บริหารโดยผ่านทางหัวหน้างานเช่นเดียวกันโดยประเด็นที่จะมีการสื่อสาร เช่น ข้อมูลการขายต่าง ๆ หรือภาวะตลาด ณ เวลานั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งก็จะนำกลับมาสู่ผู้บริหารเพื่อใช้ในการวางแผนในการขายสินค้าต่อไป

จะเห็นได้ว่าในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้นผู้บริหารก็จะมีการให้ความสำคัญกับการส่งข้อมูลย้อนกลับ จากพนักงานทั้งนี้ก็เพราะว่าจะสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ เหล่านั้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงาน และวางแผนการขายสินค้าต่อไป

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างก็ยังให้ความเห็นที่ค่อนข้างตรงกันว่าในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้น ยังไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนแต่นอกจากในส่วนของการสื่อสารแบบสองทางแล้ว ก็จะมีการเน้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมของพนักงานมากขึ้น กล่าวคือ จะมีการรับข้อมูลต่าง ๆ ของพนักงานเพื่อย้อนกลับไปในการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการที่ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้อีกด้วย

วิธีการสื่อสารภายในองค์กร

วิธีการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด จะมีทั้งการสื่อสารผ่านทางสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ รวมทั้งการใช้บุคคลในการสื่อสารหรือการสื่อสารแบบปากต่อปากนั่นเอง โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า การสื่อสารภายในบริษัท เจียไต๋ จำกัด จะมีวิธีการสื่อสารหลายรูปแบบซึ่งก็จะขึ้นอยู่กับเรื่องที่จะทำการสื่อสารด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้วจะใช้การสื่อสารผ่านระบบเว็บเมลกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก คือ จะเป็นการสื่อสารผ่านทางผู้บังคับบัญชาโดยการสั่งงานหรือแจ้งข่าว รวมทั้งการสื่อสารผ่านเพื่อนร่วมงานด้วยกันเองที่พอทราบข่าวก็จะมีการบอกต่อกัน

...วิธีการที่เราใช้ในการสื่อสารภายในองค์กรของเรา มีทั้งการปฏิบัติตามรูปแบบและวิธีการเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติกันมา ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อไปตามลำดับชั้นบังคับบัญชา และส่วนมากจะเป็นแบบกันเอง เช่น พนักงานที่สนิทกันก็จะมีการบอกต่อกันในเรื่องต่าง ๆ ที่มีการแจ้งข่าวสารออกไป ในวงสนทนา... (มยุรี สมฤกษ์ผล, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2553)

จะเห็นว่าการสื่อสารองค์กรนั้นยังคงใช้วิธีการติดต่อสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกันว่า ก็จะเป็นในวิธีการเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติมาซึ่งก็จะเน้นการพูดคุยกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งก็คือ การบอกต่อกันนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อจากผู้บังคับบัญชาหรือจากเพื่อนพนักงานด้วยกัน เพียงแต่อาจมีการเพิ่มเติมในส่วนช่องทาง คือ การส่งข้อความสั้น หรือ SMS เพื่อใช้ทั้งการอวยพรวันเกิดและการส่งข่าวสารเร่งด่วนในกรณีการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ดังเช่นเหตุการณ์ไม่สงบที่ผ่านมาเมื่อเดือนพฤษภาคม 2553 นี้

ประเด็นในการสื่อสารภายในองค์กร

สำหรับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็จะมีการสื่อสารกับพนักงานในทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อพนักงานทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจากการสัมภาษณ์ก็ได้พบว่า การสื่อสารภายในที่ผ่านทางฝ่ายบุคคลนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ

- ส่วนที่เป็นข้อมูลของฝ่ายบุคคล จะประกอบไปด้วย ประกาศวันหยุดประจำปีของบริษัท, ประกาศชี้แจงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของบริษัท, ประกาศข่าวสารต่าง ๆ ของฝ่ายบุคคล รวมทั้งจากบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ และการส่งข้อความสั้นเพื่ออวยพรวันเกิดให้กับพนักงานของบริษัทเอง
- ส่วนที่เป็นข้อมูลจากฝ่ายธุรการ จะประกอบไปด้วย ประกาศเกี่ยวกับการเข้าทำงาน ความสะอาดในสำนักงาน, การใช้สถานที่จอดรถ หรือแม้กระทั่งเมื่อบริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

ช่องทางหรือสื่อที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เลือกใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรก็จะประกอบด้วย

- **สื่อสิ่งพิมพ์** สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารภายในองค์กร คือ วารสารเมล็ดพันธุ์เจียไต๋ ที่จะมีการลงข่าวสารที่เกี่ยวกับฝ่ายเมล็ดพันธุ์ของบริษัท ว่ามีเมล็ดประเภทใดบ้างหรือมีผลิตภัณฑ์อะไรใหม่ ๆ รวมทั้งข้อมูลต่าง ๆ จากเกษตรกรหรือกลุ่มลูกค้าที่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมทั้งเป็นยังหนังสือหนึ่งที่จะช่วย

ให้พนักงานของบริษัทในฝ่ายอื่น ๆ ได้รู้จักและได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ ของฝ่ายเมล็ดพันธุ์ โดยจะเป็นวารสารที่ออกทุก ๆ 2 เดือน นอกจากวารสารแล้วสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ก็จะเป็นในส่วนของประกาศต่าง ๆ หรือ โปสเตอร์ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

- **สื่อบุคคล** สื่อบุคคลเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ถือได้ว่ามีความสำคัญ กล่าวคือ สื่อประเภทอื่น ๆ อาจไม่สามารถเข้าถึงพนักงานได้ทุกคน จึงต้องอาศัยการบอกต่อแบบปากต่อปาก เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้พนักงานได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อบุคคลก็หมายความว่ารวมถึงการที่ผู้บังคับบัญชาสั่งงานหรือแจ้งข่าวสารต่อผู้ใต้บังคับบัญชา และการที่สื่อสารกันเองระหว่างพนักงานด้วยกัน

- **สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์** สื่อประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังพนักงานของบริษัทได้ ซึ่งบอร์ดจะอยู่ตามจุดสำคัญต่าง ๆ ที่พนักงานจะต้องผ่านหรือได้เห็นทุกวัน เช่น ที่เครื่องสแกนนิ้วซึ่งพนักงานเองจะต้องสแกนนิ้วเข้า-ออกงานทุกวัน หรือไม่ว่าจะเป็นในลิฟท์โดยสาร เป็นต้น ทั้งนี้ตามบอร์ดประชาสัมพันธ์นี้จะมีการติดทั้งโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้น เช่น การจัดงานปีใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ส่วนใหญ่ก็จะเป็นประกาศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นประกาศการเลื่อนตำแหน่ง หรือประกาศการทำความสะอาดสำนักงานต่าง ๆ อีกด้วย

- **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** สื่อประเภทีเล็กทรอนิกส์ที่ทางบริษัทเลือกใช้ คือ เว็บไซต์หรืออีเมลที่เป็นของบริษัทซึ่งทางผู้ส่งข่าวสารต่าง ๆ ก็จะใช้ช่องทางนี้เป็นอีกทางหนึ่งที่จะแจ้งข่าวสารหรือส่งประกาศต่าง ๆ ให้กับพนักงานซึ่งพนักงานทุกคนก็ต้องมีอีเมลเป็นของตัวเองและสามารถส่งข่าวสารไปยังเพื่อนพนักงานคนอื่น ๆ ได้เนื่องจากได้มีการบันทึกชื่ออีเมลของพนักงานทุกคนไว้ในรายชื่อผู้ติดต่อภายในเว็บเมลนี้แล้ว นอกจากนั้นยังมีการใช้ข้อความสั้นหรือ SMS ซึ่งจะใช้ทั้งการส่งข้อความเพื่ออวยพรวันเกิด รวมทั้งในกรณีพิเศษหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยกะทันหันที่จะต้องทำการแจ้งข่าวสารโดยด่วน เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเดือนพฤษภาคมนี้ก็จะใช้การส่งข้อความเพื่อแจ้งข่าวสารการเปิด-ปิดทำการของบริษัท เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ทั้งฝ่ายบุคคลและฝ่ายสื่อสารองค์กร ได้ข้อมูลว่าสื่อที่ทางบริษัทเจียไต๋ จำกัด เลือกใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ หรือ อีเมล

...ช่องทางที่เราได้เลือกใช้ ก็จะเป็นเว็บไซต์ เพราะว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงพนักงานได้มากที่สุด นั่นเพราะพนักงานโดยส่วนใหญ่จะต้องมีการเช็คอีเมลของบริษัทเป็นประจำทุกวัน เพราะต้องใช้ในการทำงาน จึงทำให้สามารถรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากช่องทางนี้ได้ง่ายที่สุด ซึ่งถึงแม้ว่าพนักงานในส่วนของโรงงานจะไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์

มากเท่าใดนักแต่ก็ยังจะได้รับข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานที่ก็จะต้องเช็คอีเมลทุกวัน... (ศมาพร หลากสุขถม, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2553)

ในส่วนของพนักงานมองว่าสื่อที่ทางบริษัทเลือกใช้มากที่สุดนั้นมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ เว็บบเมล และบอร์ดประชาสัมพันธ์ของบริษัท

ส่วนใหญ่แล้วก็จะได้รับข่าวสารจากเว็บเมลซึ่งต้องเช็คทุกวัน เพราะหากมีการสั่งงานจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อที่จะทำให้ทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในบริษัท เพราะพนักงานขายจะไม่ได้อยู่ออฟฟิศตลอดเวลา เลยต้องเช็คเมลเพื่อให้ทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างออกทริปต่างจังหวัด

จากผลการศึกษาข้างต้นเห็นได้ว่า สื่อต่าง ๆ ของบริษัทนั้น ส่วนใหญ่แล้วสื่อที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เลือกใช้และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงพนักงานมากที่สุด คือ เว็บบเมลนั่นเอง เพราะสะดวกต่อการส่งข้อมูลต่าง ๆ และพนักงานยังสามารถเข้าเช็คข่าวสารทุกวันเนื่องจากต้องใช้ในการทำงานอยู่แล้ว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดกับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารในองค์กรนั้นจะมีทั้งในเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารหรือพนักงานอาจยังได้รับทราบไม่ครบถ้วน นอกจากนี้ความชัดเจนในการปฏิบัติงานก็เป็นอีกปัญหาหนึ่ง

ในส่วนนี้คุณกุลวดี นิมนวล ได้ให้ความเห็นว่า “ผู้บริหารมองว่าพนักงานส่วนใหญ่ยังรู้สึกกลัวที่จะถามข้อมูลข่าวสารกับผู้บังคับบัญชาของตน หรือไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของขั้นตอนการสื่อสารที่กว่าข้อมูลข่าวสารนั้นจะลงมาถึงพนักงานต้องผ่านผู้บังคับบัญชาก่อนจึงทำให้เกิดความล่าช้าในการรับข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ได้” (กุลวดี นิมนวล, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2553)

คุณศมาพร หลากสุขถม ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมในส่วนของปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรนี้ว่า

ปัญหาอาจมีส่วนหนึ่งจากการที่พนักงานส่วนใหญ่เคยชินกับรูปแบบการสื่อสารแบบเดิม ๆ ซึ่งเมื่อมีการปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบใหม่ ๆ ในการสื่อสาร อย่างเช่นเว็บเมล เป็นต้น ก็ทำให้พนักงานกลุ่มนี้ไม่ให้ความสนใจจากสื่อรูปแบบใหม่ ๆ เท่าใดนัก หรือแม้แต่พนักงานรุ่นใหม่ ๆ เองก็อาจไม่ชอบในการสื่อสารแบบเดิม ๆ ของบริษัทก็ทำให้

ไม่สนใจในข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ได้เช่นเดียวกัน และอีกส่วนหนึ่งปัญหาอาจมีส่วนจากการที่ผู้บริหารเองยังไม่มีเวลามากนักที่จะให้ความสนใจต่อในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กร นั่นก็เพราะว่าผู้บริหารยังให้ความสำคัญในส่วนของการตลาดมากกว่า จึงอาจยังไม่ได้มาดูแลเรื่องการสื่อสารมากนักทำให้ผู้ที่ทำหน้าที่ด้านนี้ก็จะทำตามในสิ่งที่เคยปฏิบัติต่อ ๆ กันมา ซึ่งก็ทำให้จะพบเห็นแต่การสื่อสารในรูปแบบเดิม ๆ ที่ไม่ดึงดูดหรือเป็นที่สนใจเท่าที่ควร (สมาพร หลากสุขถม, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2553)

โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นที่ค่อนข้างไปในทางเดียวกันว่า ปัญหาที่เกิดขึ้น นั้นอาจมาจากการที่เว็บไซต์หรืออีเมลของบริษัทยังมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจหรือดึงดูดให้พนักงานเข้าไปเช็คทุกวันซึ่งก็อาจทำให้พลาดข้อมูลข่าวสารบางอย่างไปได้ หรือการที่อีเมลนั้นพนักงานบางคนก็อาจไม่ได้รับเนื่องจากการไม่อัปเดตข้อมูลการเข้า-ออกของพนักงาน อีกปัญหาหนึ่งอาจมาจากการที่ข้อมูลข่าวสารที่แจ้งมานั้นยังไม่ครบถ้วนและชัดเจนเท่าที่ควร รวมทั้งการที่ประกาศบางอย่างเป็นข้อมูลที่ผ่านมาแล้วหรือหมดเวลาเข้าร่วมงานแล้ว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร

จากการสัมภาษณ์ทางฝ่ายสื่อสารองค์กร พบว่าปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ การที่พนักงานรวมทั้งผู้บริหารยังยึดติดกับวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิม ๆ การสื่อสารรูปแบบเดิม ๆ จึงทำให้เกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนหนึ่งก็มาจากการที่พนักงานส่วนใหญ่ที่อยู่มานานยังยึดติดกับรูปแบบการสื่อสารหรือการดำเนินงานต่าง ๆ แบบเดิม ๆ เลยทำให้ยากที่จะเปลี่ยนแปลง อย่างเช่นตอนที่บริษัทได้นำระบบออราเคิลมาใช้ก็ต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน เพราะพนักงานส่วนใหญ่ยังไม่เปิดรับและใช้ระบบนี้ไม่ได้ เมื่อใช้ไม่ได้จึงไม่ค่อยอยากใช้ แต่เมื่อใช้ไปนาน ๆ ก็ทำให้เกิดความเคยชินขึ้น ซึ่งก็ต้องใช้เวลาที่ค่อนข้างนานกว่าพนักงานทั้งหมดจะให้การยอมรับระบบนี้

ในส่วนของผู้บุคคลได้ให้ความเห็นในส่วนนี้ว่า ปัจจัยหนึ่งก็คือ เทคโนโลยีในการสื่อสารของบริษัทในส่วนของเว็บไซต์ ที่วิธีการในการใช้หรือฟังก์ชันต่าง ๆ นั้นยังไม่อำนวยความสะดวกมากนัก

ในส่วนของบริษัทเองได้ให้ความเห็นว่า

ปัจจัยหนึ่งอาจมาจากทัศนคติของพนักงานที่ยังไม่เปิดรับข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ มีผลกระทบต่อตนเอง หรือการที่บางคนไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและเชื่อมั่นในตัวเองมากเกินไป รวมทั้งการที่สื่อที่ใช้ยังขาดความน่าสนใจจึงทำให้พนักงาน

ไม่ให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ (ถวิลย์ อินตะชัน, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2553)

ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารภายในองค์กร

ทางฝ่ายสื่อสารองค์กรให้ความเห็นว่า ควรมีการจัดระบบของการทำงานในแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน กล่าวคือ อาจมีการทำรายละเอียดของการทำงานให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยลดปัญหาในการสื่อสารระหว่างแผนกหรือฝ่ายต่าง ๆ หรือเพื่อไม่ให้เกิดการเกี่ยงงานกันทำ

ทางฝ่ายบุคคลได้ให้ความเห็นว่า ควรมีการพัฒนาในส่วนที่เป็นระบบของเว็บเมลให้สามารถใช้งานได้สะดวกสบายเหมือนอีเมลของ Hotmail หรือ Yahoo เพื่อให้สร้างความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น

ทางกลุ่มของพนักงานได้ให้ความเห็นว่า ควรมีการเพิ่มช่องทางหรือสื่อในการติดต่อสื่อให้มากขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มวารสารที่เป็นส่วนกลางของบริษัท ปรับปรุงรูปแบบของเว็บไซต์บริษัทให้น่าสนใจมากขึ้น เพิ่มเว็บบอร์ดเพื่อให้พนักงานได้ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งปรับปรุงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ละเอียด และชัดเจนมากกว่านี้ ควรจะมีความเป็นกลางในการสื่อสารและ สื่อสารให้เข้าถึงทุกหน่วยงาน นอกจากนั้นควรมีการปรับปรุงรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดใจมากขึ้น