



• ชนิดา กระมกิต

6 ป็นเหมือนเหรียญสองด้าน
ดาบสองคม หากพูดถึง Social Media กับองค์กรในยุคนี้ อีกทั้งยังเป็นกระแสที่หากเอาอะไรมาหยุดก็จุดไม่อยู่ และหากมันแตกแล้ว ที่สุดท้ายก็ "ตกขบวน"

นั่นเป็นเพราะโลกการทำงานกำลังก้าวเข้าสู่ยุค Millennials ซึ่งประกอบไปด้วยคนเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์, วาย และแซท ที่ส่วนใหญ่ใช้ Social Media

อีกทั้งโครงสร้างขององค์กรยุคปัจจุบัน เต็มไปด้วยความซับซ้อน และทำให้คนต้องสื่อสารผิดแผกไปจากเดิม ซึ่งเป็นไปตามลำดับขั้น มาเป็นการสื่อสารชนิดสุดขั้ว ด้วยโลกการทำงานยุคนี้เอื้อให้

พนักงานระดับล่างสุดสามารถพูดคุยกับผู้บริหารระดับบนสุดได้

แม้ว่าองค์กรอื่นๆ ยังอาจกลัวๆ กลัวๆ อยู่ แต่บริษัทที่ปรึกษาระดับโลกอย่าง PwC จึงตัดสินใจนำ Social Media มาใช้เป็นช่องทางสื่อสารภายในองค์กร

อยู่ดีๆ ทำไมต้องมี PwC ทำไมต้องทำ Social Media?

ทำไมองค์กรจึงไม่ควรละเลยที่จะใช้ประโยชน์ หรือไม่ควร block การใช้งาน

social media คงมีใครหลายต่อหลายคนมีข้อสงสัยอย่างนี้

วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษาธุรกิจ ภายใต้หน่วยงาน Information Technology Services บริษัท PwC ประเทศไทย กล่าวว่า ทุกวันนี้ปฏิเสธไม่ได้ว่า พนักงานของ



องค์กรแทบจะทุกคนคุ้นเคย และไปโพสต์ข้อความ ภาพถ่าย อะไรต่าง ๆ

อย่างมากมายบน Social Media

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องที่ไม่ดีภายในองค์กรของตัวเอง

ดังนั้น แทนที่จะให้พวกเขาไปพูดที่ข้างนอก น่าจะดีกว่าหากให้เหล่าพนักงานได้ระบายความอัดอั้นบน Social Media ภายในองค์กร ซึ่งชื่อว่า "Spark"

Social Media ยังสร้างผลดีอีกมากโข และเป็นพิเศษในเรื่องของการ

บริหารคน ไม่ว่าจะเป็นการสรรหา หรือการรักษา

วิไลพรอธิบายว่า ปัญหาขององค์กรในทุกวันนี้หลักๆ มีอยู่ 4-5 ประเด็น เรื่องแรกก็คือ พนักงานมักไม่พอใจกับผลประเมินในการทำงาน ไม่พอใจกับการปรับเงินเดือนและ โบนัส เรื่องที่สองเป้าหมายขององค์กรและตัวพนักงานมักไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เรื่องที่สามนโยบายของผู้บริหารงานที่ขาดความชัดเจน เรื่องที่สี่ พนักงานมีความรู้สึกว่า องค์กรขาดการตอบรับหรือ Feedback และเรื่องที่ห้า พนักงานมีความรู้สึกว่ามีผู้บริหารขาดภาวะผู้นำ

ปัญหาดังกล่าวล้วนสร้างความท้าทายต่อการบริหารคนทั้งสิ้น จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมองค์กรสมัยนี้ต้องทำการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งเป้าหมาย

ก็คือ ต้องการให้พนักงานในองค์กรรู้สึกผูกพันกับองค์กร (Engagement) และมุ่งมั่นสร้างผลงานให้กับองค์กร

ว่ากันว่า การสรรหาคนที่เก่ง ที่ใช่ สำหรับองค์กร นับว่าเป็นเรื่องยาก แต่ที่ยากยิ่งกว่าก็คือการรักษาให้พวกเขาอยู่กับองค์กรยาวนานที่สุด

ซึ่ง Social Media นั้นจะช่วยตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร วิไลพรบอกว่า ภายใต้การสร้างบรรยากาศการทำงานในรูปแบบของ "Social Workforce" ที่จะช่วยสร้างความผูกพัน

เนื่องจากคนสามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว และใกล้ชิดมากยิ่งขึ้นกว่าที่เคยเป็นมาก่อน

"แต่ต้องไม่ลืมว่า Social Media เป็นเพียงแค่เครื่องมือ ดังนั้นจำเป็นต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับระบบการประเมินผล การให้รางวัล รวมถึงการ Feedback"

Social Workforce ยังจะช่วยสร้างความสัมพันธ์กัน ไม่แปลกแยก ทำงานอย่างใกล้ชิด อย่างเช่นกรณีของ PwC

ซึ่งมีพนักงานราว 1.7 แสนคนกระจายอยู่ใน 154 ประเทศทั่วโลกก็สามารถแชร์

ความรู้ ไอเดียต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานผ่านทาง "Spark"

นอกจากนั้น Social Workforce ยังช่วยอำนวยความสะดวกทำให้คนทำงานได้ง่ายมากขึ้น

หากให้สรุปว่าอะไรคือ ผลบวก ขององค์กรที่นำ Social Media มาใช้ วิไลพร

บอกว่าจากประสบการณ์เมื่ออยู่ประมาณ

10 ข้อ

ข้อแรก เครื่องมือนี้ไม่จำกัดขอบเขต สามารถสื่อสารกันได้ทุกที่ ทุกเวลา

ข้อสอง เครื่องมือนี้ยังแสดงถึงการยอมรับความคิดเห็นความเชื่อมั่นความเชื่อใจ ในตัวพนักงานขององค์กร

ข้อสาม หากนำ

เครื่องมือนี้ใช้ในทางที่ถูก
ที่ควร ที่สุดจะช่วยสร้าง
ผลผลิตภาพ ด้วยการนำ
ไอเดียต่างๆ ของพนักงาน
มาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง
ทำให้เกิดสิ่งที่ดีๆ
ข้อสี่ จะทำให้
เกิดภาพลักษณ์องค์กร



วิไลพร ทรัพย์สินทอง

เสียงคำชมเชย รวมถึงข้อดีจากลูกค้า
ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาปรับปรุงแก้ไข
การทำงานได้อย่างตรงจุด
ข้อแปด ทำให้เกิดการสื่อสารได้อย่าง
ทันท่วงที ในยามที่มีประเด็นสำคัญและ
ต้องการคำปรึกษา ซึ่งนั้นก็ไม่ต้อง
เดินทางไปพบปะเจอเจอตัว
ข้อเก้า ทำให้เกิดการแชร์ความคิด
ไอเดีย ข้ามหน่วยงาน สร้างสรรค์ผลงาน
ให้มีคุณค่ามากขึ้น
ข้อสิบ พฤติกรรมของคนที่เปลี่ยนไป
เช่น ฟังเสียงของคนที่อยู่ Social Media
มากกว่าสื่อหลัก ดังนั้น จะช่วยสร้างความ
น่าเชื่อถือ ให้กับองค์กรและแบรนด์สินค้า
ได้เช่น เดียวกัน

ในน้ำดีย่อมมีน้ำเสีย Social Media เป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย
วิไลพรบอกว่า Social Media
เป็นอะไรที่ยังไม่สามารถควบคุมได้
มันเป็นยิ่งกว่าอะมีบ่าที่แพร่ขยายอย่างรวดเร็ว
และกว้างไกล
สิ่งที่องค์กรต้องทำ ก็คือการให้
ความรู้ความเข้าใจกับพนักงานถึงผลดี
ผลเสียที่เกิดขึ้นจาก Social Media
อะไรควรทำอะไรที่ไม่ควรทำ รู้กาละเทศะ
ในการใช้

ที่ดี จนสามารถดึงดูดคนเก่งให้สนใจเข้ามา
ร่วมงาน
ข้อห้า ช่วยสร้าง Internal Branding
แบรนด์ที่ดีที่เริ่มสร้างเสียงพนักงานข้างใน
องค์กร
ข้อหก ทำให้องค์กรเปิดกว้างต่อโลก
ภายนอก
ข้อเจ็ด เป็นเครื่องมือที่ทำให้ได้ยิน

ไม่ใช่ = องค์กรตกยุค

Social media ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่
ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ พยายามใช้ประโยชน์ จากช่องทางออนไลน์นี้ให้มากกว่าการ
เป็นแค่เพียงเครื่องมือสื่อสารและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ การตลาดและการขาย
จากการสำรวจนักศึกษาระดับใหม่ทั่วโลก 4,300 คน ครอบคลุม 75 ประเทศ
ช่วงเดือนตุลาคม 2555 ที่ผ่านมาของ PwC ภายใต้ชื่อ Millennials at work:
Reshaping the workplace พบว่า 41 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
อยากให้องค์กรสื่อสารกับ พนักงานผ่านช่องทาง electronic มากกว่าการสื่อสาร
แบบตัวต่อตัวหรือแม้กระทั่งการใช้โทรศัพท์ รวมถึงการเข้าถึงอุปกรณ์และช่องทาง
ดิจิทัล ในที่ทำงานจะส่งผลให้งานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และหากองค์กรที่มี
การกีดกันการเข้าถึงช่องทางนี้ พวกเขาก็จะไม่เลือกที่จะทำงานกับองค์กรนั้นเพราะ
ถือว่าเป็นองค์กรที่ ล้าหลัง