

## Facebook : เครือข่ายทางสังคมออนไลน์กับการสร้างเสริมสุขภาพขององค์กร

อ.ดร.พชชนัน นิรมิตรไชยนนท์<sup>1</sup>

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าเราทุกคนกำลังหายใจเข้าออกอยู่ในยุคของสังคมฐานความรู้ การดำเนินกิจกรรมในทุกภาคส่วนล้วนใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนทั้งสิ้น ในอดีตความรู้ส่วนใหญ่เปรียบเสมือนทรัพย์สินที่มีการจดสิทธิบัตรหรืออยู่ในหนังสือที่ต้องหาซื้อมาอ่าน ความเชี่ยวชาญต่างๆต้องอาศัยการจ้างที่ปรึกษาในสาขานั้นๆ แต่ถ้าหากศึกษาและจับตาดูแนวโน้มในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจะพบถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ความรู้จำนวนมากกลายเป็นสาธารณะสมบัติที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ เนื่องจากนักคิด ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญหันมาแบ่งปันความรู้ของตนเองมากขึ้น เมื่อพูดถึงในระดับองค์กรลองนึกย้อนกลับไปถึง 10 ปีที่แล้ว หากจะดำเนินกิจกรรมพัฒนาองค์กรต้องมีการลงทุนเป็นเงินจำนวนมากมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการส่งบุคลากรที่รับผิดชอบไปเข้าคอร์สฝึกอบรมขนานใหญ่ การเฟ้นหาที่ปรึกษามาให้คำแนะนำและร่วมดำเนินการ แต่ในปัจจุบันจากกระแสการจัดการความรู้ (Knowledge management) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และทัศนคติของบุคคลที่ต้องการแบ่งปัน รวมถึงต้องการมีตัวตนในโลกเสมือน ส่งผลให้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในกิจกรรมพัฒนาองค์กรซึ่งหมายรวมถึงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาพ

Facebook เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงทั้งในหมู่วัยรุ่นและคนทำงาน มีคนไทยใช้งานมากกว่า 6.5 ล้านคน และมีจุดเด่นตรงที่ผู้ใช้บริการต้องระบุตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ซึ่งองค์กรจำนวนมากใช้ Facebook เป็นเครื่องมือในการกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างองค์กร การปรึกษาและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ การสร้างเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร หรือการติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กรเพื่อเพิ่มสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคลากรด้วยกัน หรือบุคลากรกับผู้บริหาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร ผ่านการใช้งานทั้งแบบ Facebook page และ Fan page ที่สะดวกกว่าโดยบุคคลหรือองค์กรที่สนใจสามารถคลิกเมนู Like เพื่อเข้าเป็นสมาชิกได้ทันที อีกทั้งยังสามารถใช้ร่วมกับโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web application) ต่างๆ ได้มากมาย องค์กรสามารถอัปเดตความคิดเห็นสั้นๆ หรือขนาดยาวในลักษณะโพสต์ ภาพกิจกรรม และคลิปวิดีโอการทำกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพได้อย่างสะดวก รวมถึงมีโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆได้อย่างสะดวก เช่น Ipad Iphone หรือ Blackberry เป็นต้น

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล  
คณะทำงาน โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร สนับสนุนโดย สสส.

หากองค์กรใดกำลังคิดจะเริ่มหรือกำลังดำเนินกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพะ Facebook จะเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น เนื่องจาก Facebook ช่วยในด้านการบริหารจัดการความรู้และขยายเครือข่ายทางสังคมขององค์กรทั้งภายในและภายนอก ผู้ที่มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในการถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้ข้อสรุปหรือแนวทางการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด นอกจากนี้สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งคือการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคลากรใน Facebook จะเน้นที่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้ โดยไม่ได้คำนึงถึงตำแหน่ง ความมีชื่อเสียงหรือความอาวุโสของสมาชิกแต่ละท่านมากนัก ซึ่งประเด็นนี้จะเกิดขึ้นได้ยากในโลกความเป็นจริงของสังคมไทยที่ทุกคนยังให้ความสำคัญกับระบบอาวุโส ความคิดความรู้ที่เป็นประโยชน์จำนวนมากของคนรุ่นใหม่ยังคงเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคนเหล่านั้น (Tacit knowledge) ท้ายที่สุดแล้วการใช้ Facebook ในการดำเนินกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพจะก่อให้เกิดเป็นชุมชนการเรียนรู้ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ของสมาชิกภายใน Facebook และอาจต่อยอดในการร่วมทำกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพระหว่างองค์กรอีกด้วย

จากฐานคิดดังกล่าว ขออนุญาตยกตัวอย่างหนึ่งในตัวอย่างองค์กรที่ใช้ Facebook ในการสร้างเสริมองค์กรสุขภาพะและได้ผลเป็นอย่างดี ได้แก่ บริษัท โออิชิ จำกัด (มหาชน) สมัยที่คุณตัน ภาสกรนทียังไม่ลาออกจากตำแหน่งผู้บริหาร ถึงแม้โออิชิจะไม่ใช้องค์กรที่ป่าวประกาศว่ากำลังดำเนินกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพะ แต่กิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาพะเป็นกิจกรรมที่แทบทุกองค์กรมีการดำเนินการกันเป็นปกติอยู่แล้ว เพื่อสร้างสุขภาพให้แก่บุคลากรในองค์กร ซึ่งองค์กรจะได้รับผลตอบแทนกลับมาในรูปแบบผลประกอบการ สมรรถนะการทำงานที่สูงขึ้นของบุคลากร รวมถึงอัตราการลาออกและยอดการใช้สวัสดิการด้านสุขภาพของบุคลากรลดลง โดยคุณตันใช้ Facebook เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับบุคลากรและบุคคลภายนอก เช่น การพาพนักงานไปพักผ่อนประจำปีก็จะนำภาพกิจกรรมมาอัปโหลดใน Facebook และมีการพูดคุยกับพนักงานผ่านคอมเมนต์ เป็นต้น ซึ่งในกรณีนี้นอกจากจะทำให้ผู้บริหารใกล้ชิดกับพนักงานแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กรไปในตัว องค์กรไหนสนใจแนวคิดดังกล่าวสามารถไปลองใช้กันได้