



การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ต
ของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย

Communication within organization management on E-sport image
of the Thailand E-sport federation

นัยน์ภัก อิมสาย^{1*} และวนาวลัย ดาดี²

¹ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

Naiyapak Imsai^{1*} and Wanawan Doherty²

¹ Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

(Received: February 5, 2020; Revised: April 16, 2020; Accepted: September 1, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตภายในองค์กรของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า 1) มีการกำหนดแผนงานตามการกีฬาแห่งประเทศไทย และสร้างความเข้าใจร่วมกันกับบุคลากรในองค์กรผ่านการประชุม 2) มีการศึกษาภาพสะท้อนของสังคมในองค์กรแบบไม่เป็นทางการ และมีการคัดสรรผู้ที่ชื่นชอบกีฬาอีสปอร์ตเข้ามาทำงานร่วมกัน โดยมีกฎระเบียบเป็นพื้นฐาน และสื่อสารกันแบบครอบครัว แต่ยังไม่มีการประเมินผลแบบเป็นทางการ 3) บุคลากรของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยให้ความเห็นว่า ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้มีทักษะด้านสุขภาพเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ต กฎหมายเด็กและเยาวชน รวมถึงพรบ. การกีฬาแห่งประเทศไทย 4) บุคลากรของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยให้ความเห็นว่า ผู้บริหารจำเป็นต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต และการดำเนินงานจะต้องมีความโปร่งใส

คำสำคัญ: 1) การจัดการการสื่อสาร 2) สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย

Abstract

The objective of this research was to study of E-Sports image communication management of Thailand E-sports Federation. The results of this research revealed that 1) The Federation has a plans according to the Sports Authority of Thailand and create understanding with the personnel through a conference. 2) The Federation studied of the reflection on organization through informal and selecting personnel who like E-Sports into the federation under standardized regulations and communicate like a family. But no evaluation yet 3) The personnel of Federation commented that executives must possess the skills of health for e-sports, Juvenile law and the Sports Authority of Thailand Act. 4) The personnel of federation commented that the executives of Thailand E-Sports Federation must be honest and transparency in all operations

Keywords: 1) Communication management 2) Thailand E-sport federation

^{1*} นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสาร (Master Student, Communication Art Program in communication) Email: Naiya_Naiyapak@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (Assistant Professor, Department of Communication Art in communication) Email: Pongt002@yahoo.com



บทนำ (Introduction)

เทคโนโลยีนอกจากจะเข้ามาช่วยทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้นแล้ว ยังช่วยสร้างความบันเทิงให้กับมนุษย์อีกด้วย ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือเกมออนไลน์ที่เติบโตขึ้นมาพร้อม ๆ กับเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Blogspot, 2013) และในปัจจุบันเกมออนไลน์ได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ มีการแข่งขันกันระหว่างผู้เล่น และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการโอลิมปิกสากลให้เป็นกีฬารูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่าอีสปอร์ตหรืออิเล็กทรอนิกส์สปอร์ต ซึ่งมีรูปแบบของการแข่งขันด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้เกมในการแข่งขัน มีทั้งประเภทบุคคล และประเภททีม และกำลังเป็นที่นิยม มีผู้ติดตามชมการแข่งขัน มีเงินรางวัลจำนวนมาก ซึ่งความนิยมของกีฬาสปอร์ตที่กำลังเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้กลุ่มคนจำนวนมากเริ่มรับรู้แง่มุมของเกมในหลายแง่มุม ทั้งในแง่วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่รับชมกีฬาสปอร์ตผ่านสื่อออนไลน์ และการสร้างอาชีพรวมถึงรายได้จากสื่อออนไลน์จนถึงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีมูลค่ามหาศาล (Gamblingstudyth, n.d.)

กีฬาสปอร์ตในประเทศไทยนั้น การกีฬาแห่งประเทศไทยได้มีมติเห็นชอบ และประกาศอนุญาตให้อีสปอร์ตเป็นกีฬา และจัดตั้งเป็นสมาคมได้ ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทยปี พ.ศ.2558 สมาคมกีฬาสปอร์ตแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรกีฬาระดับประเทศ โดยทางสมาคมมีหน้าที่ควบคุมดูแลกีฬาสปอร์ตภายในประเทศไทย ซึ่งการทำงานของสมาคมกีฬาสปอร์ตแห่งประเทศไทยในช่วงเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน เป็นช่วงที่สมาคมใช้เวลาส่วนใหญ่ในการติดต่อประสานงาน ทั้งในประเทศ และนอกประเทศ เพื่อวางโครงสร้าง และเรียนรู้ทางด้านต่าง ๆ พร้อมกำหนดนโยบายแบบมีแบบแผนเพื่อให้เกิดศักยภาพในการทำงานเพื่อวงการกีฬาสปอร์ตของประเทศไทยให้มากที่สุด (TESF, n.d.)

การที่อีสปอร์ตถูกรับรองให้เป็นกีฬา และจัดตั้งเป็นสมาคม ทำให้นักกีฬาสปอร์ตภายในประเทศไทยมีความหวังที่จะก้าวสู่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่มากขึ้น รวมถึงโอกาสในการสร้างชื่อเสียงในฐานะทีมชาติไทยอย่างเป็นทางการ อีกทั้งทำให้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาต่อยอดกับกีฬาสปอร์ต และเกมได้ เช่น อาชีพด้านการผลิต และพัฒนาเกม ได้แก่

นักพัฒนาเกม นักออกแบบ 3D นักออกแบบคาแรคเตอร์ ในเกม โปรแกรมเมอร์ นักทดสอบเกม เป็นต้น อาชีพด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาเกม ได้แก่ นักเขียนบทความเกี่ยวกับเกม นักรีวิวเกม นักแปลภาษาเกม นักแคสต์เกม และอาชีพด้านกิจกรรมเกมและกีฬา ได้แก่ นักกีฬาอีสปอร์ต นักพากย์เกมกีฬา นักวิเคราะห์เกม การแข่งขัน เป็นต้น (Office of knowledge management and development, 2017, pp. 3-24) อีกทั้งกีฬาสปอร์ตมีการจัดการแข่งขันทั้งในประเทศ และต่างประเทศอยู่เป็นประจำ ทำให้สามารถประกอบเป็นอาชีพหลักได้ รวมไปถึงการแข่งขันอีสปอร์ตมีเงินรางวัลค่อนข้างสูง ถ้านักกีฬาสปอร์ตประสบความสำเร็จก็จะได้รับเงินรางวัล และได้รับการยกย่องไม่ต่างจากนักกีฬาทีมชาติโดยทั่วไป (Lertsudwichai, 2017)

อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของเกมออนไลน์หรือเกมต่าง ๆ รวมถึงนักเล่นเกมในประเทศไทยไม่ได้มีภาพลักษณ์ที่ดีมากนัก เนื่องมาจากการเล่นเกมแบบไม่มีจุดมุ่งหมายของเด็กและเยาวชน ทำให้ผู้ปกครองหรือผู้ใหญ่หลาย ๆ คนมีภาพที่เกิดจากการจดจำไปในทางที่ไม่ดี เช่น เล่นเกมทั้งวัน เกมมอมเมาเยาวชน เป็นต้น แต่หลังจากการทำงานของสมาคมกีฬาสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้ผลักดันให้อีสปอร์ตกลายเป็นกีฬาทำให้เด็ก เยาวชน หรือผู้เล่นเกมมีจุดมุ่งหมายในการเล่นเกมนมากขึ้น (Polpitakchai, 2018) อีกทั้งทางสมาคมกีฬาสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีคณะกรรมการที่มีความชำนาญ และเชี่ยวชาญทางด้านสาขาต่าง ๆ ได้ร่วมมือกันสนับสนุนภาพลักษณ์ของกีฬาสปอร์ตให้ไปในทางที่ถูกต้อง พร้อมทั้งให้การแก้ไขปัญหาผู้มีพฤติกรรมติดเกมให้น้อยลง และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องการรณรงค์ให้เล่นเกมไปในทางที่ถูกต้องเหมาะสม รวมถึงสนับสนุนให้นักกีฬาสปอร์ตในประเทศไทยมีความชำนาญ เป็นมืออาชีพ มีน้ำใจนักกีฬา และเป็นแบบอย่างให้กับเยาวชน มากขึ้น เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลด้านเทคโนโลยี และพัฒนาเศรษฐกิจ โดยทำการจัดการการดำเนินงานให้มีมาตรฐานภายใต้กฎระเบียบของการกีฬาแห่งประเทศไทย และแนวทางการดำเนินงานของสมาคมในปัจจุบันมีความชัดเจนที่จะสนับสนุนให้การแข่งขันกีฬาสปอร์ตภายในประเทศนั้นมีความเป็นมืออาชีพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล



และสร้างภาพลักษณ์ของกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยให้ดีขึ้นจากเดิมในสายตาบุคคลทั่วไป

การที่เกมจะได้รับการยอมรับให้เป็นกีฬาในประเทศไทยไม่ใช่เรื่องง่าย อันเนื่องมาจากปัญหาด้านภาพลักษณ์ของเกม ที่มีภาพลักษณ์ด้านลบมาตลอด แต่สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่า กีฬาอีสปอร์ตมีด้านที่มีประโยชน์มากมาย และพร้อมที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเกมให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง จนได้รับการยอมรับให้เกมเป็นกีฬาอีสปอร์ตจนถึงการจัดตั้งเป็นสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้ในที่สุด ภายใต้การดูแลของทางการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตภายในสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย เนื่องจากสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะต้องมีการทำงานอย่างหนักเพื่อที่จะฝ่าฟันอุปสรรคมากมายจนได้รับการยอมรับจากภาครัฐ และภาคเอกชน จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบว่า สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตกับบุคลากรภายในองค์กรอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตภายในองค์กรของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสาร

Serirat (1998a, pp. 265-266) กล่าวว่า “การจัดการการสื่อสารเป็นกระบวนการในการรวบรวมบุคลากร และทรัพยากรต่าง ๆ มาปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้” ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ประสิทธิภาพการจัดการการสื่อสาร คือ การทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างถูกต้อง เป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการนำเข้า และผลผลิต ถ้าสามารถทำให้ผลผลิตมากกว่าปัจจัยนำเข้าหรือว่าเท่ากันจะหมายถึงองค์กรสามารถทำงานได้ดี และมี

ประสิทธิภาพ เป็นไปตามนโยบาย แผนงาน และวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

2. กระบวนการจัดการการสื่อสารประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

2.1 การวางแผนกิจกรรม การกำหนดเป้าหมาย การวางแผนงาน นโยบาย เพื่อให้องค์กรสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การจัดการองค์กร คือการจัดวางโครงสร้างองค์กร เพื่อรองรับการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้วางไว้

2.3 การโน้มน้าว คือการจูงใจบุคลากรในองค์กรให้ปฏิบัติงาน รวมไปถึงการรับมือกับบุคลากรภายในองค์กร

2.4 การประเมินผล คือการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือนโยบายที่ได้กำหนดไว้ และทำการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. ทักษะของผู้บริหาร ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทักษะในเรื่องของงาน การสื่อสาร รวมไปถึงการจัดการกับทรัพยากรมนุษย์

4. จริยธรรม ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีอำนาจที่สุดในองค์กร และในบางครั้งอาจจะใช้อำนาจไปในทางที่ผิดและขัดกับหลักจริยธรรม เพื่อหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม

การจัดการการสื่อสารมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมากและมีส่วนเกี่ยวพันไปในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหาร บุคลากรในองค์กร และผู้ที่เกี่ยวข้องและยังสัมพันธ์กับการสื่อสารในองค์กรดังต่อไปนี้

การสื่อสารในองค์กร

Wijitjammaree (2015a, pp. 79-93) ได้กล่าวว่า “การสื่อสารที่ดีเป็นปัจจัยหลักในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเจริญเติบโตได้ เพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และยังสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรด้วย” ซึ่งประกอบไปด้วย



1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ คือการสื่อสารตามโครงสร้างขององค์กรที่ระบุในนโยบายหรือผังงานขององค์กรโดยมีทิศทางอยู่ 4 แบบคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารแนวราบ การสื่อสารต่างหน่วยงาน และต่างระดับ

1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการสื่อสารจากผู้บริหารไปยังบุคลากรหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าไปยังผู้ที่มีตำแหน่งต่ำกว่า โดยการแจ้งข่าวสาร นโยบาย เป้าหมาย หรือกฎระเบียบจากผู้บริหารไปยังบุคลากรในองค์กรในทุกระดับงาน

1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารจากบุคลากรที่มีตำแหน่งที่ต่ำกว่าไปยังบุคลากรที่มีตำแหน่งที่สูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา การสื่อสารจากล่างขึ้นบนมีความสำคัญภายในองค์กรเนื่องจากเป็นการสื่อสารสองทางซึ่งช่วยให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจ และร่วมมือกันพัฒนานโยบาย โดยการสื่อสารจากล่างขึ้นบนนี้จะทำให้บุคลากรในองค์กรรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร และมีคุณค่า ทำให้เกิดแรงผลักดันในการปฏิบัติงานมากขึ้น

1.3 การสื่อสารแนวราบ คือ การสื่อสารระหว่างบุคลากรที่มีตำแหน่งเท่ากันในองค์กร แลกเปลี่ยนข่าวสารกันระหว่างบุคลากรที่มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีลักษณะงานเดียวกัน ซึ่งการสื่อสารแนวราบแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในการสื่อสารในหน่วยงานในแผนกใดแผนกหนึ่งด้วย

1.4 การสื่อสารต่างหน่วยงาน และต่างระดับ คือ การสื่อสารระหว่างบุคลากรที่อยู่คนละแผนกและอยู่ต่างระดับกัน

การสื่อสารกับกิจกรรมขององค์กร

Tangsinsapsiri (2007, p. 62) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 5 ข้อดังนี้

1. การตัดสินใจ การตัดสินใจทางการปฏิบัติงาน และการบริหารเป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อองค์กรเพราะการตัดสินใจต้องอาศัยข้อมูล เช่น จดหมาย บันทึกข้อความ การประชุม รายงานการดำเนินงาน ข้อเสนอ ข่าวสารต่าง ๆ งานวิจัย หากว่าผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ผิดพลาดไม่มีความสอดคล้องกับ

ความเป็นจริง มีความไม่ชัดเจน หรือข้อมูลไม่เพียงพอ จะทำให้เกิดการตัดสินใจหรือการทำงานที่ผิดพลาดได้

2. การเรียนรู้และฝึกอบรม องค์กรจะประสบความสำเร็จ และพัฒนาเติบโตต้องพึ่งพาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญ เกี่ยวกับหน้าที่ที่รับผิดชอบ เพราะเชี่ยวชาญเกิดจากประสบการณ์ และการเรียนรู้จากการทำงาน และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ และทักษะให้สอดคล้องกับหน้าที่ และความต้องการขององค์กร

3. การสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นสิ่งจำเป็นในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ก็คือ ความชัดเจนในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในแผนงาน นโยบาย วิธีการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ของงาน เป็นต้น และสิ่งสำคัญคือเรื่องของสวัสดิการที่บุคลากรจะต้องได้รับ การเข้าใจร่วมกันเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในการทำงาน เพราะความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญต่อการคุณภาพ และเป้าหมายขององค์กร

4. การควบคุมและการประเมินผล ผู้บริหารจะต้องควบคุม และชักจูงบุคลากรให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารจะต้องควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ การปฏิบัติงาน การประสานงาน ให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ และยังต้องทำการประเมินผล การปฏิบัติงาน อีกทั้งการได้ตอบในงานของบุคลากร ทั้งการควบคุม การประเมินผล การประสานงานต่าง ๆ ต้องมีความรู้ด้านการสื่อสาร เพื่อที่จะทำการประเมินผลให้ได้ตามที่กำหนดเป้าหมายไว้

5. การติดตามสภาพแวดล้อม องค์กรจะสามารถบริหารและตัดสินใจไปในทิศทางที่ถูกต้องได้นั้นมีความจำเป็นที่ต้องทราบความเคลื่อนไหวของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี และ คู่แข่ง ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรจึงต้องมีการรวบรวมข่าวสาร ตีความ และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์ พิจารณา กำหนดนโยบาย และวางแผนงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

การสื่อสารในองค์กรนั้นช่วยสร้างความเข้าใจกันภายในองค์กรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ภายในองค์กร เพราะองค์กรจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ นั้นขึ้นอยู่กับ การสื่อสารในองค์กร เมื่อบุคลากรมี



ความสุขในการปฏิบัติงาน ซึ่งถือเป็นการสร้าง
ภาพลักษณ์ขององค์กรกับบุคลากรอย่างหนึ่ง

ภาพลักษณ์

Kamnunwat and Junsawang (1992a, pp. 63-65) กล่าวว่า “การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องใช้การ
ประชาสัมพันธ์ที่อยู่บนความเป็นจริง และมีการพัฒนา
อย่างต่อเนื่องหลักการสร้างภาพลักษณ์ประกอบไป
ด้วย การสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา
และการแก้ไข” ดังต่อไปนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ ต้องค้นหาจุดเด่นของ
องค์กร สำนวณภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่จากกลุ่มเป้าหมาย
แบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อจะสร้าง และกำหนดกิจกรรม
เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ได้ตามความต้องการของแต่ละ
กลุ่ม เพราะแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความต้องการที่
แตกต่างกัน การสร้างภาพลักษณ์นั้นบุคคลกรภายใน
องค์กรต้องรับรู้ และยอมรับร่วมกัน ซึ่งจะใช้การ
ประชาสัมพันธ์ เพื่อโฆษณา สร้างภาพลักษณ์ และ
ประชาสัมพันธ์

2. การส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์
ให้คงทนถาวร ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลง
ได้ตามสภาพสังคม เหตุการณ์ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น
การส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่
สำคัญ สามารถดำเนินการได้โดยการรับฟังความ
คิดเห็นของบุคลากรภายใน และประชาชนภายนอก
และสำรวจความเห็นของสื่อมวลชน ซึ่งการสำรวจ
ความคิดเห็นสามารถทำได้โดยการวิจัยแล้วนำข้อมูล
วิจัยที่ได้มาวิเคราะห์แล้วจึงวางแผนงาน ปรับปรุง
แก้ไข องค์กรต่อไป

3. การแก้ไขภาพลักษณ์ คือการแก้ไข
ภาพลักษณ์ที่เป็นลบในกรณีวิกฤต เนื่องจากอาจเกิด
ความผิดพลาด การประท้วง อุบัติเหตุ หรือการถูก
ทำลาย ซึ่งการบริหาร และการกู้ภาพลักษณ์ในกรณี
วิกฤตโดยต้องมีการวางแผนงานป้องกัน และเตรียม
ความพร้อมเสมอ โดยเฉพาะบุคลากรภายในองค์กร
ผู้บริหารจะต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจน ใน
การปฏิบัติงาน มีการให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อ
บุคลากรจะได้เป็นกระบอกเสียงในการให้ข้อเท็จจริง
และสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนภายนอกองค์กร
โดยการแก้ไขจะต้องทำอย่างเร่งด่วน และใช้สื่อต่าง ๆ
ทั้งภายในและ ภายนอกให้มากที่สุด

ทางด้าน Wongmontha (1998a, p. 41) ได้
กล่าวว่า “ภาพลักษณ์ คือการสร้างความสัมพันธ์อันดี
ทัศนคติที่ดี ความเข้าใจ ซึ่งเป็นผลให้มีการสนับสนุน
โดยเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่ดีขององค์กร และ
ประชาชน ภาพลักษณ์ขององค์กรเกิดจากส่วนผสม
ของภาพลักษณ์ในหลายด้าน” โดยสามารถแบ่ง
องค์ประกอบภาพลักษณ์ขององค์กรได้ 4 แบบ
ดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหาร
จะต้องมีภาพลักษณ์ที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นผู้
มีความสามารถ มีศีลธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน
และดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม มี
วิสัยทัศน์กว้างไกล จึงจะสามารถพัฒนาองค์กรให้มี
ความเจริญก้าวหน้าได้

2. ภาพลักษณ์ของบุคลากร โดยประชาชน
ภายนอกต้องได้รับรู้ภาพลักษณ์ของบุคลากรในองค์กรว่า
เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีความคิด
สร้างสรรค์ กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีบุคลิกภาพ
ที่ดี มีความซื่อสัตย์และมีจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

3. ภาพลักษณ์ของตัวสินค้า และการบริการ
จะต้องมีการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณภาพตามที่ได้บอก
ไว้ มีส่วนช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ให้กับประชาชน

4. ภาพลักษณ์ของการดำเนินงาน โดย
จะต้องมีจริยธรรมในการดำเนินงาน มีความซื่อสัตย์ มี
ความหวังดีต่อประชาชน

Thambumrung (2010, pp. 36-37) กล่าวว่า
“ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้องค์กรพัฒนา
ไปข้างหน้า และสามารถประสบความสำเร็จทั้งการ
บริหาร และการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งบุคลากร
ขององค์กรเป็นเหมือนกับกระบอกเสียงที่ช่วยกระจาย
ภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางกลับกันถ้าไม่มีการ
สื่อสารที่ดีกับบุคลากรซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ไม่
ตรงกันภาพลักษณ์ที่ดีอาจจะเปลี่ยนแปลงไปเป็น
ภาพลักษณ์ที่แย่ ซึ่งประชาชนภายนอกมักจะชอบฟัง
เสียงจากบุคลากรในองค์กรเพราะมีความคิดที่ว่า
บุคลากรเหล่านี้ทำงานใกล้ชิดกับองค์กรมากที่สุดต่อ
ให้มีการบริหารที่องค์กรก็จะเสียหายได้ โดยผู้บริหาร
จะต้องมีความสามารถในการสื่อสารกับบุคลากร
ภายในองค์กรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยสร้าง
ภาพลักษณ์ให้กับองค์กร” ดังต่อไปนี้



1. บอกกล่าว วิสัยทัศน์ นโยบาย เป็นสิ่งที่ทำให้บุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจที่ชัดเจน ตรงกัน เพื่อให้บุคลากรมีทัศนคติรวมไปถึงวัฒนธรรมองค์กร ที่ไปทิศทางเดียวกันกับภาพลักษณ์ขององค์กร ถ้าไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันของบุคลากรแล้วจะส่งผลให้เกิดความขัดแย้งของการกระทำตรงกันข้ามกับสิ่งที่องค์กรต้องการ

2. กำหนดนโยบายพัฒนาความรู้บุคลากร ต้องมีการอบรมให้ความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรทำงานแบบมีเป้าหมาย และไปในทิศทางเดียวกันกับที่องค์กรต้องการ

3. จัดระบบการสื่อสารในการเข้าถึงบุคลากร เวลาผู้บริหารต้องการแจ้งงานหรือวัตถุประสงค์ต่าง ๆ จะต้องการแจ้งข่าวสารให้กับบุคลากรในองค์กรได้ทราบอย่างรวดเร็ว และมีความเข้าใจเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติตาม ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องของการทำงานเป็นทีม และทำให้บุคลากรสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อองค์กรในเรื่องของการประชาสัมพันธ์องค์กรที่ได้มาตรฐานโดยมีการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในและประชาชนภายนอก

4. มีระบบในการเสริมสร้างขวัญ และกำลังใจ เพื่อที่จะทำให้บุคลากรมีความรู้สึกภูมิใจ และมีแรงผลักดันในการปฏิบัติงาน ถ้าองค์กรไหนไม่เห็นความสำคัญของบุคลากรจะก่อให้เกิดปัญหาอย่าง การลาออก หรือทำงานไปวัน ๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่หายาก

การสื่อสารกับบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เพราะบุคลากรเป็นชิ้นส่วนสำคัญขององค์กรที่สามารถบอกถึงภาพลักษณ์ขององค์กร และความสัมพันธ์ภายในได้ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์กับบุคลากรได้ดังนี้

การประชาสัมพันธ์

Kamnunwat and Junsawang (1993b, pp. 50-51) ได้กล่าวว่า ขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1. Publicity การเผยแพร่ข่าวสาร คือการให้ข่าวสาร ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินงานขององค์กร ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น บริหารติดต่อสอบถาม การประกาศ การชี้แจง นิทรรศการ เป็นต้น

2. Public Attitude การเสริมสร้างทัศนคติ คือการสร้างทัศนคติที่ดีกับองค์กร รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดีต่อองค์กรไปเป็นไปในทางที่ดี

3. Public Opinion การสร้างประชาคม คือการสำรวจประชาคมที่อยากให้องค์กรเป็น และนำมาปรับปรุงแก้ไขในทิศทางที่สังคมต้องการเพื่อที่จะได้เป็นภาพประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

4. Public Service Or Public Welfare กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การที่องค์กรทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะชนหรือกลุ่มเป้าหมายถือเป็นการประชาสัมพันธ์ และการสร้างความสัมพันธ์อันดี ที่ดีมากอย่างหนึ่ง

5. Public Development กิจกรรมเพื่อการพัฒนา เช่น การจัดการฝึกอบรม การฝึกอบรม ให้ทุนการศึกษา ทัศนศึกษา การจัดรายการโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา

6. Public Advertising การประชาสัมพันธ์องค์กร เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับ เช่น การสนับสนุนกิจกรรม การให้ทุนสนับสนุนรายการ

Gus and March (2003 as cited in Phuksawat (2013, pp. 58-6) กล่าวว่ากระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์นั้นมียุคประกอบทั้งหมด 3 ขั้นตอน คือ การวิจัย การวางแผนและการประเมินผล ดังนี้

1. การวิจัย คือ การวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากในงานประชาสัมพันธ์ โดยวิจัยทางการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้สามารถวางแผน นโยบาย เป็นที่พอใจจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายในการวิจัยเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นว่ามีความพึงพอใจหรือไม่ต่อการดำเนินงาน และนโยบายขององค์กร และยังเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายถือเป็นการสื่อสารสองทางขององค์กร และกลุ่มประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. การวางแผน การพิจารณาวางแผนเป็นสิ่งสำคัญดังต่อไปนี้

2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องมีการระบุไว้อย่างชัดเจน เช่น แก้ปัญหาใดบ้าง เพื่อเข้าใจสิ่งใด เป็นต้น

2.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะต้องระบุให้ชัดเจนว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร มีภูมิหลัง



การศึกษา สังคม ฐานนะ อย่างไร ใครเป็นผู้นำทางความคิด เป็นต้น

2.3 กำหนดช่วงเวลา จะต้องมีการกำหนดจังหวะ และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำการประชาสัมพันธ์เพราะจะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เช่น การเผยแพร่ล่วงหน้า การรณรงค์ก่อนเพื่อเรียกร้องความสนใจ

2.4 กำหนดสื่อ ต้องกำหนดว่าจะใช้สื่ออะไรบ้างในการประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ การประชุม ป้ายโปสเตอร์ โน้ตบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น

2.5 การกำหนดงบประมาณ ต้องมีการกำหนดให้ชัดเจนเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในภายหลัง

3. การประเมินผล การประเมินผลในงานประชาสัมพันธ์คือ การดูการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ พบปัญหา และอุปสรรคอะไรบ้าง เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นการพัฒนาแผนงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรมของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทั้งหมด 4 แนวคิดคือ การจัดการการสื่อสาร การสื่อสารในองค์กร ภาพลักษณ์ และการประชาสัมพันธ์ โดยใช้กระบวนการจัดการการสื่อสารเป็นทฤษฎีหลัก ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

วิธีดำเนินการ (Methods)

1. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ผู้บริหารสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย และนักกีฬาอีสปอร์ต

ผู้บริหารสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย

ใช้วิธีการเลือกจากผู้บริหารในสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยที่มีอายุการปฏิบัติงานมากกว่า 4 ปี

1. นายกสมาคม
2. ฝ่ายวิชาการ

นักกีฬาอีสปอร์ต

ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักกีฬาที่อยู่ภายใต้การดูแลของสมาคมกีฬา

อีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจำนวน 3 คน โดยพิจารณาจากเกณฑ์คือนักกีฬาอีสปอร์ตตัวแทนจากทั้งหมด 29 คนและเป็นสมาชิกในองค์กรและเป็นตัวแทนประเทศไทยไปแข่งขันในงาน E-Sport World Championship 2017 ซึ่งมีทั้งหมด 3 เกมคือ Counter-Strike: Global Offensive, Takken7 และ League of Legends โดยเลือกอาสาสมัครจากทั้ง 3 เกม

2. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการสัมภาษณ์ โดยได้แบ่งแบบสัมภาษณ์เป็นจำนวน 2 ชุด คือ แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหาร และแบบสัมภาษณ์สำหรับนักกีฬา

3. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าในด้านผู้ให้ข้อมูล (Data Triangulation) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นหลัก โดยจะใช้คำถามเดิมมากกว่า 1 ครั้งกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 คน และเมื่อทำการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว จะทำการนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ (Member Checks) และผู้วิจัยยังใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยจะใช้ทฤษฎีการจัดการการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารในองค์กร แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ และแนวคิดการประชาสัมพันธ์ ในการตรวจสอบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจำแนกข้อมูลที่ต้องการ และตัดทอนข้อมูลที่ไม่ต้องการออกไป และทำการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Method) โดยจำแนกชนิดข้อมูลรายประเด็นตามแนวคิด และทฤษฎีที่กำหนดไว้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลได้แต่ละประเด็นแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาเรียบเรียงเขียนสรุป เพื่อตอบคำถามการวิจัยให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้



ผลการศึกษา (Results)

การศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาสีสปอร์ตของสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาสีสปอร์ตของสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

ประสิทธิภาพการจัดการการสื่อสาร

สมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยปฏิบัติงานอยู่ภายใต้การดูแลของการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงส่งผลให้แผนงานขององค์กรเป็นไปตามแผนงานของการกีฬาแห่งประเทศไทยที่ติดตามสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง อยู่เสมอ จึงมีส่วนให้แผนงานของสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการติดตามสภาพแวดล้อมภายนอก และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่คำนึงถึงความสำคัญของบุคลากรภายในองค์กรเป็นอย่างมาก จึงทำให้ทางสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการจัดการประชุมตามวาระเสมอ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารด้านนโยบาย แผนงาน ภาพลักษณ์ และพูดคุยสื่อสารให้กำลังใจกัน รวมถึงเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

กระบวนการจัดการการสื่อสาร

สมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการศึกษาภาพสะท้อนของสังคมภายในองค์กรอย่างไม่เป็นทางการ โดยการหาประชาคมในที่ประชุม โดยผลของการประชุมในแต่ละวาระจะออกมาเป็นมติ ที่มีผลบังคับใช้ภายในองค์กร นอกจากนี้สมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการให้ความรู้กับบุคลากรฝ่ายผู้บริหารผ่านการปฏิบัติงานนอกสถานที่ และนำความรู้มาเผยแพร่ในวาระการประชุมเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้กับองค์กร ด้านนักกีฬาสีสปอร์ตทางสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะส่งเสริมความรู้เรื่องกฎระเบียบ ข้อบังคับ การวางตัวในฐานะนักกีฬาสีสปอร์ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพัฒนา และส่งเสริมภาพลักษณ์ของกีฬาสีสปอร์ตโดยการใช้บุคลากร

ภายในองค์กรเป็นสื่อ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร และภายนอกองค์กร

สมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการแบ่งโครงสร้างขององค์กรตามความชำนาญ เพื่อประสิทธิภาพของงาน โดยมีนโยบายและแผนงานด้านการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาสีสปอร์ตแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งเริ่มการสร้างภาพลักษณ์ของกีฬาสีสปอร์ตจากตัวบุคลากรภายในองค์กร โดยการคัดสรรบุคลากรจากผู้ที่มีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบในกีฬาสีสปอร์ตมาปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความง่ายต่อการจัดการการสื่อสารและจัดการกับบุคลากรภายในองค์กร โดยมีกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรเป็นพื้นฐาน นอกจากนี้สมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กร โดยสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยต้องการที่จะมีภาพลักษณ์ของการดำเนินงานที่มีหลากหลายช่องทางการสื่อสาร มีการสื่อสารที่ทั่วถึง และบุคลากรภายในองค์กรมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทางสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจึง มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กีฬาสีสปอร์ตผ่านทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชันไลน์ และเฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นหลัก โดยช่วงเวลาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจะเป็นช่วงเวลาเย็น เนื่องจากเป็นเวลาที่บุคลากรภายในองค์กรเลิกงานและสามารถรับข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และสมาคมกีฬาสีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการใช้การสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารแบบแนวนอนโดยมีการสื่อสารระหว่างบุคลากรฝ่ายผู้บริหาร บุคลากรผู้ดูแลนักกีฬาสีสปอร์ต และนักกีฬาสีสปอร์ตแบบเป็นลำดับขั้น และไม่เป็นลำดับขั้นดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการสื่อสารจากผู้บริหารไปยังบุคลากรฝ่ายบริหาร และนักกีฬาสีสปอร์ต ซึ่งรวมถึง ข้อมูลด้านนโยบาย ข่าวสาร ภาพลักษณ์ และกฎระเบียบ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน โดยจะกระทำผ่านวาระการประชุม และการสร้างโน้ตในแอปพลิเคชันไลน์ในฝ่ายบริหาร หลังจากนั้นจะมีการส่งข่าวสารและมอบหมายงานที่มีความเกี่ยวข้องกับนักกีฬาสีสปอร์ตผ่านทางบุคลากรที่ทำ



หน้าที่ดูแลส่วนนักกีฬาอีสปอร์ตทางเฟซบุ๊กส่วนบุคคล และทางโทรศัพท์

2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร ซึ่งบุคลากรฝ่ายบริหารของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยสามารถแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสามารถพูดคุยผ่านวาระการประชุมหรือเมื่อมีการพบปะกันได้โดยตรง แต่ถ้าไม่ได้มีการพบปะกันจะมีการรายงานความคืบหน้าของการปฏิบัติงานผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ และนักกีฬาอีสปอร์ตสามารถสื่อสารจากการสอบถามผู้ดูแลเมื่อมีการพบปะกันในงานแข่งขัน

3. การสื่อสารแนวราบ เป็นการสื่อสารกันระหว่างบุคลากรระดับเดียวกันคือ นักกีฬากับนักกีฬา และฝ่ายบริหารกับฝ่ายบริหาร โดยฝ่ายบริหารของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะมีการสื่อสารเมื่อมีการพบปะกัน และผ่านแอปพลิเคชันไลน์เป็นหลัก ส่วนนักกีฬาอีสปอร์ตจะมีสื่อสารกันเมื่อได้พบปะกัน และผ่านแอปพลิเคชันไลน์ รวมถึงสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กส่วนบุคคล

โดยการสื่อสารระหว่างกันในองค์กรนั้นจะเน้นการให้กำลังใจ การสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีในองค์กรโดยการใช้การสื่อสารแบบครอบครัว และเพื่อให้บุคลากรภายในองค์กรมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและเห็นคุณค่าของกีฬาอีสปอร์ต สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเชื่อว่าเมื่อบุคลากรภายในองค์กรเป็นผู้มีความรู้ มีความสามารถ ประพฤติตัวเป็นแบบอย่างที่ดี ได้ปฏิบัติงานที่ชื่นชอบอย่างมีความสุข และองค์กรมีการจัดการการสื่อสารที่ดีแล้ว จะส่งผลให้องค์กรเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือต่อบุคลากรภายในองค์กร แต่ยังไม่พบว่าสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยยังไม่มี

การประเมินผลแบบเป็นทางการ เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรในการทำหน้าที่การประเมินผล จะมีเพียงการสอบถามถึงการปฏิบัติงานและประเมินผ่านการพูดคุยกันถึงความพึงพอใจต่อผลงานในแต่ละครั้งเท่านั้น

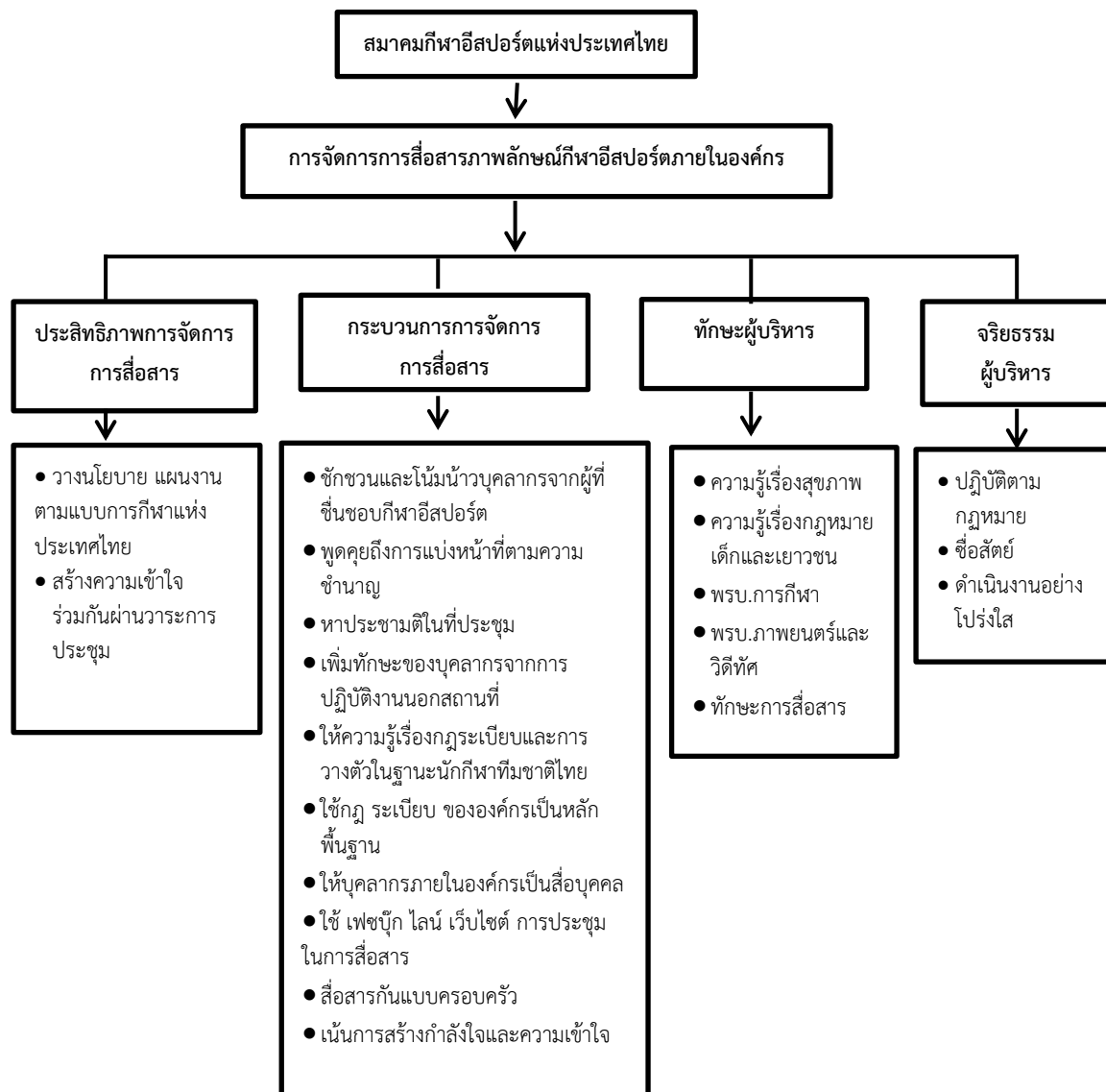
ทักษะของผู้บริหาร

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นว่า ทักษะของผู้บริหารเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร เมื่อผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถที่ช่วยส่งเสริมงานขององค์กรจะสามารถนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ เช่น ความรู้เรื่องสุขภาพของนักกีฬาอีสปอร์ต กฎหมายเด็ก และเยาวชน พรบ.ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รวมถึงพรบ.การกีฬาแห่งประเทศไทย อีกทั้งผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่รู้จักใช้การสื่อสารอย่างถูกวิธี เพื่อที่จะนำความรู้หรือข่าวสารที่ตนมีถ่ายทอดไปยังบุคลากรภายในองค์กรได้อย่างถูกต้อง

จริยธรรมของผู้บริหาร

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นว่ากฎหมายเปรียบเสมือนกับหลักจริยธรรม ผู้บริหารจำเป็นต้องซื่อสัตย์สุจริต การดำเนินงานจะต้องมีความโปร่งใส และมีความเป็นกลางต่อบุคลากรภายในองค์กร เนื่องจากจริยธรรมส่งผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร เพราะหากผู้บริหารมีปัญหาในเรื่องของจริยธรรมแล้วบุคลากรภายในองค์กรจะมีปัญหาไปด้วย ซึ่งการที่ผู้บริหารภายในองค์กรเป็นผู้มีจริยธรรมจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นกับบุคลากรภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี

ผลการวิจัยสามารถสรุปตามแบบแผนจำลองด้านล่างที่แสดงถึงข้อค้นพบของการวิจัยในครั้งนี้



ภาพ 1 แผนจำลองข้อค้นพบการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย

อภิปรายผล (Discussion)

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรกีฬาระดับชาติมีหน้าที่กำกับดูแลกีฬาอีสปอร์ต และจัดการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตภายในประเทศไทย โดยอยู่ภายใต้การดูแลของการกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจึงได้มีการปรับแผนงาน และนโยบายต่าง ๆ ให้ความสำคัญสอดคล้องกับการกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อให้ระบบการทำงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ ระเบียบแบบแผน และพัฒนาให้เท่าทัน สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Wijitjammaree (2015 b, pp. 6-7) ที่ได้สรุป

ความหมายของการติดตามสิ่งแวดล้อมและการสร้างความเข้าใจร่วมกันไว้ว่า องค์กรจะสามารถตัดสินใจไปในทิศทางที่ถูกต้องได้นั้นจำเป็นต้องทราบความเคลื่อนไหวของสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ได้แก่ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี และคู่แข่ง ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรจึงต้องมีการรวบรวมข่าวสาร ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ พิจารณา กำหนดนโยบายและวางแผนงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และเพื่อประสิทธิภาพของการจัดการการสื่อสารภายในองค์กร สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจึงมีการจัดการประชุมตามวาระของการประชุมอย่าง



สม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารด้านนโยบาย แผนงาน ภาพลักษณ์ และพูดคุยสื่อสารให้กำลังใจกัน รวมถึงเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กร และการสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญขององค์กร ช่วยสร้างการสื่อสารให้เข้าใจตรงกันในแผนงาน นโยบาย วิธีการปฏิบัติงาน เพราะความเข้าใจร่วมกันเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในการทำงาน เนื่องจากความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญต่อคุณภาพและเป้าหมายขององค์กร

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการศึกษาภาพสะท้อนของสังคมแบบไม่เป็นทางการ โดยสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะมีการประชุมตามวาระของการประชุม ซึ่งผลของการประชุมในแต่ละวาระจะออกมาเป็นมติ ที่มีผลบังคับใช้ภายในองค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (Numnong, 2011, pp. 123-124) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาเพื่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กร กรณีศึกษารณาคารแลนด์แฮนด์แฮนด์เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) โดยผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานที่ทำหน้าที่สื่อสารภายในธนาคารจะดำเนินงานสื่อสารกับพนักงานเป็นระยะโดยผ่านการประชุมกับฝ่ายจัดการของธนาคารโดยไม่ใช้การสื่อสารในรูปแบบของลายลักษณ์อักษร หรือเอกสาร โดยที่ผู้บริหารแต่ละสายงานที่เข้าร่วมประชุมจะเป็นผู้สื่อสารกับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาให้รับทราบ สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของทักษะการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร จึงมีการเพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากรฝ่ายบริหารผ่านการปฏิบัติงานนอกสถานที่ และนำความรู้ใหม่ที่ได้จากการจัดบันทึกมาเผยแพร่ในวาระการประชุม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้กับองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านนักกีฬาอีสปอร์ต สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมเทคนิคการฝึกซ้อมใหม่ ๆ และมุ่งเน้นไปที่กฎระเบียบ และการวางตัวในฐานะนักกีฬาทีมชาติไทย เพื่อให้นักกีฬาอีสปอร์ตมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสามารถ มีระเบียบวินัย ในสายตาของบุคลากรภายในองค์กร และบุคคลภายนอก เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของกีฬาอีสปอร์ตโดยการใช้

บุคลากรภายในองค์กร และเป็นการควบคุมบุคลากรภายในองค์กรเพื่อให้ทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข เป็นการเพิ่มศักยภาพให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ไว้วางใจกับบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (Ruapp and Ruler, 2006, pp. 18-26 as cite in Subsandee, 2009, p. 16) ได้กล่าวไว้ว่า หนึ่งในความสำคัญของการจัดการการสื่อสารคือการเพิ่มศักยภาพขององค์กรเนื่องจากสมาชิกขององค์กรเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพ ในการสื่อสารสมาชิกขององค์กรจำเป็นจะต้อง มีความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ในองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีนโยบายและแผนงานด้านการจัดการการสื่อสาร ภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตแบบไม่เป็นทางการ โดยเริ่มจากการคัดสรรบุคลากรจากผู้ที่มีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบในกีฬาอีสปอร์ตมาปฏิบัติงานร่วมกัน โดยสืบเนื่องมาจากสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ทำให้ไม่มีสวัสดิการมากนัก จึงต้องอาศัยความรักและความชื่นชอบในกีฬาอีสปอร์ตของบุคลากรภายในองค์กรเป็นปัจจัยขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกันคือ ต้องการให้นักกีฬาอีสปอร์ตเติบโตไปยิ่งทิศทางที่ถูกต้องและมีประโยชน์กับประเทศไทยมากที่สุด เมื่อภายในองค์กรมีบุคลากรที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน ทำให้การจัดการสื่อสารและการจัดการกับบุคลากรของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับ (Taylor, 1991 as cite in Sukhothai Thammathirat University, 2005, p. 84) ที่กล่าวว่า การเลือกคนให้เหมาะสมกับงานและการฝึกหัดพนักงาน ควรมีการคัดเลือกพนักงานอย่างเป็นระบบ และนำมาฝึกงานและคัดเลือกไว้แต่พนักงานที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับงาน สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยยังให้ความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของบุคลากร และการดำเนินงาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่น และความรู้สึกดีต่อกับองค์กรให้กับบุคลากรภายในองค์กร โดยการเน้นเรื่องการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การวางตัวในฐานะนักกีฬาทีมชาติไทย การมีระเบียบวินัย การส่งเสริมความรู้ และทักษะความสามารถต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้กับบุคลากรภายใน



องค์กร ซึ่งเป็นการใช้สื่อบุคคลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรกับบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Wongmontha (1998b, p. 41) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีทัศนคติที่ดี และความเข้าใจ ซึ่งจะเป็นผลให้มีการสนับสนุนโดยเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์กรเกิดจากส่วนผสมของภาพลักษณ์ในหลายด้าน เช่น ภาพลักษณ์ของบุคลากร ซึ่งบุคลากรภายในองค์กรต้องได้รับรู้ว่าบุคลากรในองค์กร เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีบุคลิกภาพที่ดี มีการดำเนินงานที่รวดเร็ว เป็นต้น

เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ก็หาอีสปอร์ตให้มีความคงทนถาวร สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะสร้างบรรยากาศของการทำงานให้เป็นแบบครอบครัว ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกัน ให้กำลังใจกัน และมีการเสริมสร้างทัศนคติดี ๆ ให้กับบุคลากรภายในองค์กรเสมอ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร และสร้างความรู้สึกดีกับองค์กรให้กับบุคลากรภายในองค์กร และเป็นการโน้มน้าวใจบุคลากรภายในองค์กรทางอ้อม ผ่านการให้ขวัญและกำลังใจ การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้กับบุคลากร เมื่อบุคลากรมีความสุขกับองค์กรจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้อง Kamnunwat and Junsawang (1993c, p. 50) ที่กล่าวว่า การส่งเสริม ปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวรนั้น เป็นสิ่งสำคัญสามารถดำเนินการได้โดยการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในและประชาชนภายนอก

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการสื่อสารในองค์กรที่ครอบคลุมการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์กีฬาอีสปอร์ตทั้งการสื่อสารจากบนลงล่าง, การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารแนวราบ เพื่อให้การสื่อสารครอบคลุม และเกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด อีกทั้งสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างแอปพลิเคชันไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัดทรัพยากร และค่าใช้จ่าย โดยสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยเลือกใช้ช่วงเวลายื่นในการ

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเนื่องจากเป็นเวลาที่บุคลากรภายในองค์กรเลิกงานและอยู่ในสถานที่พร้อมจะรับข่าวสารจากองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Thongsut (2018, pp. 251-253) ที่กล่าวว่า การสื่อสารในองค์กรคือ การแลกเปลี่ยนข่าวสารของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กรผ่านหน้าที่ ภาระงาน การประสานงาน และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ การสื่อสารในองค์กรช่วยพัฒนาบุคลากรทางด้านความคิด พฤติกรรม และยังเป็นการปลูกฝังความเป็นเอกลักษณ์ในองค์กรซึ่งมีผลทำให้บุคลากรมีความภูมิใจ และรักองค์กรมากขึ้น เนื่องมาจากการสื่อสารในองค์กรนั้นคือการไหลของสารซึ่งเป็นจุดสำคัญทำให้ผู้บริหารสามารถทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ทัน กีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะเน้นการสื่อสารกันแบบครอบครัว การสร้างความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับกีฬาอีสปอร์ต และสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากรภายในองค์กร อย่างไรก็ตามสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยยังไม่มีผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการเป็นทางการเนื่องจากปัญหาการขาดแคลนบุคลากร และงบประมาณ จะมีเพียงการสอบถามถึงความพึงพอใจของผลงานเพียงเท่านั้น แต่ Serirat (1998b, p. 266) กล่าวว่า การประเมินผลเป็นการติดตามผลการปฏิบัติงานเปรียบเทียบกับนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้และทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

นอกจากการดำเนินงานและการจัดการการสื่อสารที่มีคุณภาพแล้ว ผู้บริหารเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับกีฬาอีสปอร์ตให้มีความน่าเชื่อถือภายในองค์กร สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีความเห็นว่าทักษะและจริยธรรมของผู้บริหารเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร เมื่อผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และจริยธรรมแล้ว จะช่วยส่งเสริมงานขององค์กรและสามารถนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ ซึ่งผู้บริหารของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องมีทักษะความรู้เรื่องสุขภาพ กฎหมายเด็กและเยาวชน พรบ.ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รวมถึงพรบ.การกีฬาแห่งประเทศไทย อีกทั้งผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่



รู้จักใช้การสื่อสารอย่างถูกวิธี และที่สำคัญจะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต การดำเนินงานจะต้องมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ และมีความเป็นกลางต่อบุคลากรภายในองค์กร

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Serirat (1998c, p. 266) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ใช้ความสามารถในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ในองค์กรบังเกิดผลตามเป้าหมายที่กำหนด มีการตัดสินใจและการดำเนินงานที่ถูกต้อง และต้องมีทักษะในเรื่องของการสื่อสาร รวมไปถึงการจัดการกับทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีอำนาจที่สุดในองค์กร จึงไม่ควรใช้อำนาจไปในทางที่ผิด และขัดกับหลักจริยธรรม หรือเพื่อหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย (Research Suggestions)

ด้านการจัดการการสื่อสาร

สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยมีการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรในองค์กรแบบไม่เป็นแบบไม่เป็นทางการผ่านการประชุม หรือการพูดคุยกันแบบครอบครัว ซึ่งถือเป็นข้อดีที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร แต่หากสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยต้องการปรับปรุงการปฏิบัติงานหรือนโยบายภายในองค์กรให้เป็นไปตามความเหมาะสมที่บุคลากรภายในองค์กรต้องการจะต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์ในการที่จะนำไปพัฒนาดังนั้นจึงควรมีการสำรวจความคิดเห็นแบบเป็นทางการ เช่น การทำแบบสอบถาม เป็นต้น

ด้านการสื่อสารในองค์กร

ถึงแม้ว่าสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจะไม่ได้ติดตามสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรแต่ยังคงดำเนินแผนงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกได้ผ่านทางสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย ถือเป็นการดำเนินงานที่ดี หากทางสมาคมต้องการการตัดสินใจไปในทิศทางที่ถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องทราบความเคลื่อนไหวของสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรโดยตรง

ด้านการประชาสัมพันธ์

การประเมินผลเป็นส่วนสำคัญในการติดตามการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนที่องค์กรได้วางไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต การประเมินผลแบบเป็นทางการจะสามารถนำข้อประเมินที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป (Suggestions for Future Research)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการทำงานด้านการจัดการการสื่อสารด้านภาพลักษณ์ของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยภายในองค์กรเท่านั้น การสัมภาษณ์เชิงลึกจึงเป็นเพียงการได้รับข้อมูลเพียงด้านเดียว ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งต่อไปให้มีการศึกษาในเรื่องของผลของการจัดการภาพลักษณ์ของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยจากภายนอกเพื่อจะได้เป็นการศึกษาจากมุมมองที่แตกต่างและหลากหลายมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม (Bibliography)

- Blogspot. (18 November 2013). **What is online games**. Retrieved September 12, 2017, from [http://wananurat02472.blogspot.com /2013/11/game-online.html](http://wananurat02472.blogspot.com/2013/11/game-online.html)
- Gamblingstudyth. (n.d.). **In depth e-sport in asian game from game to sport**. Retrieved September 11, 2018, from <http://www.gamblingstudy-th.org/print.php?txtNo=371>
- Kamnunwat, D and Junsawang, W. (1992a). **Communication and public relations**. Bangkok: Thammasat University Press.
- Kamnunwat, D and Junsawang, W. (1992b). **Communication and public relations**. Bangkok: Thammasat University Press.
- Kamnunwat, D and Junsawang, W. (1992c). **Communication and public relations**. Bangkok: Thammasat University Press.
- Numnoy, T. (2011). **Communication to facilitate business operation transformation in an organization the case study of Land and house retail bank public company limited**. Independent study M.A., National Institute of Development Administration. Bangkok.
- Lertsudwichai, T. (13 July 2017). **What is esport and how knowledgeable in Thailand ? Including various interesting statistics**. Retrieved October 18, 2018, from <https://digitalmarketingwow.com/2017/07/13/esports>
- Office of knowledge management and development. (2017). **Gameconomy**. The Knowledge Magazine. 2(1), 3-24
- Polpitakchai, W. (12 July 2018). **Game of change**. Retrieved September 19, 2018, from <https://thematter.co/sponsor/game-of-change/53762>
- Phuksawat, A. (2013). **Public relations for image bulding**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Serirat, S. (1998a). **Organization and management**. Bangkok: Diamond in business world Press.
- Serirat, S. (1998b). **Organization and management**. Bangkok: Diamond in business world Press.
- Serirat, S. (1998c). **Organization and management**. Bangkok: Diamond in business world Press.
- Subsandee, J. (2009). **Research roles in communication management, research guidelines and utilization**. Curriculum Research, Thammasat University. Bangkok
- Sukhothai Thammathirat University. (2005). **Philosophy of communication arts and communication theory**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University Press.
- TESF. (n.d.). **History of Thailand esport federation**. Retrieved August 7, 2018, from <http://www.tesf.or.th/history-of-thailand-e-sport-federation/>.
- Tangsinsapsiri, T. (2007). **Organization behavior**. Bangkok: Thnathach Press.
- Thambumrung, S. (2010). **Building, enhancing corporate image and managing reputation in the economic crisis**. Bangkok: Public Relations Society of Thailand Press.
- Thongsut, W. (2018). **Organizational behavior**. Bangkok: Inthapas Press



- Wijitjammaree, N. (2015a). **Communication in organization**. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Wijitjammaree, N. (2015b). **Communication in organization**. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Wongmontha, S. (1998a) **Practical public relations**. Bangkok: A.N. Press.
- Wongmontha, S. (1998b) **Practical public relations**. Bangkok: A.N. Press.