**JOMSD**

**Journal of Organizational Management and Social Development**

**วารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม**

Research Article

# Work behavior identity in production line of Workpoint entertainment Public Company Limited

**Sompong Pongprasert[1*] Busakorn Watthanabut[1] and Trakul Chitwattanakorn[1]**

[1]North Bangkok University, Thailand

[*]Corresponding author. E-mail: sompong.pong@northbkk.ac.th

## ABSTRACT

This research article aims to study 1) the general condition of the work behavior identity of the production line at Workpoint Entertainment Public Company Limited, 2) the process of creating this work behavior identity, and 3) the characteristics of the work behavior identity of the production line. This study employs a qualitative research methodology, targeting 15 key informants through in-depth interviews using a semi-structured format. The research findings reveal that 1) the general condition of the work behavior identity of the production line indicates that the adaptation of the production line must keep pace with online media trends and prepare for new broadcasting channels. The company should employ SWOT Analysis strategies to identify strengths, weaknesses, opportunities, and potential obstacles that contribute to the creation of the work behavior identity. 2) The process of creating the work behavior identity of the production line consists of six main components: (1) Raising awareness and understanding about identity creation, (2) Restructuring and adjusting policies regarding identity creation, (3) Modifying work processes through the use of information systems, (4) Improving personnel quality, (5) Enhancing learning resources that facilitate identity creation, and (6) Establishing development networks and conducting public relations. 3) The work behavior identity of the production line includes: (1) Leadership quality demonstrated through the establishment of a shared vision and values, guided by adherence to governance principles, (2) Teamwork cultivated through management fostering an environment that encourages friendliness and collaboration, (3) Skill development facilitated by management through policies that promote knowledge sharing and continuous learning in diverse areas, (4) Encouragement and morale reinforced by implementing guidelines designed to offer consistent support and motivation, (5) Personnel participation encouraged by executives who foster an atmosphere conducive to knowledge exchange, and (6) Empowerment achieved as management assigns responsibilities that enable personnel to rotate tasks and demonstrates trust in their potential.

**Keywords:** Identity, Work Behavior, Production Line, Workpoint Entertainment Public Company Limited

**รับบทความ: 21 กรกฎาคม 2568; แก้ไขบทความ: 22 กันยายน 2568; ตอบรับตีพิมพ์: 25 กันยายน 2568**

**Received 21 July 2025; Revised 22 September 2025; Accepted 25 September 2025**

# อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

**สมพงษ์ ผ่องประเสริฐ[1*] บุษกร วัฒนบุตร[1] และ ตระกูล จิตวัฒนากร[1]**
[1]มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประเทศไทย
[*]Corresponding author. E-mail: sompong.pong@northbkk.ac.th

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพแวดล้อมทั่วไปของอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) 2) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ และ 3) อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพแวดล้อมทั่วไปของ อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการพบว่าการปรับตัวของสายการผลิตรายการต้องให้ทันต่อแนวโน้มของสื่อออนไลน์และการเตรียมพร้อมช่องทางออกอากาศใหม่ ๆ บริษัทต้องนำกลยุทธ์ SWOT Analysis เพื่อช่วยให้บริษัทสามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อน รวมถึงโอกาสและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน 2) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการประกอบด้วย 6 กระบวนหลัก ได้แก่ (1) สร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ (2) ปรับโครงสร้างและนโยบายเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ (3) ปรับกระบวนการทำงานโดยใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ (4) ปรับปรุงคุณภาพบุคลากร (5) ปรับปรุงสื่อแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการสร้างอัตลักษณ์ (6) สร้างเครือข่ายการพัฒนา และการประชาสัมพันธ์ และ 3) อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ มีดังนี้ (1) ด้านภาวะผู้นำคุณภาพ กำหนดวิสัยทัศน์ และค่านิยมร่วมกัน ผู้บริหารยึดหลักธรรมาภิบาล (2) ด้านการทำงานเป็นทีม ผู้บริหารสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่มีความเป็นกันเอง (3) ด้านการพัฒนาทักษะของบุคลากรผู้บริหารกำหนดนโยบายให้บุคลากรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ (4) ด้านการให้ขวัญและกำลังใจผู้บริหาร มีการจัดทำแนวทางปฏิบัติในการให้ขวัญ และกำลังใจ (5) ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร โดยผู้บริหารให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ (6) ด้านการให้อำนาจในการปฏิบัติงานผู้บริหารกำหนดภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรที่สามารถจะหมุนเวียนเปลี่ยนงาน ไว้วางใจในศักยภาพของบุคลากร

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์, พฤติกรรมการทำงาน, สายการผลิตรายการ, บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

© 2025 JOMSD: Journal of Organizational Management and Social Development

## บทนำ

อุตสาหกรรมบันเทิงมีบทบาทสำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของหลายประเทศ (Cosmedia, 2024) ในประเทศไทย อุตสาหกรรมนี้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างงานรายได้ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติ รวมถึงเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยและสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศ จากข้อมูลของ Press Release (2025) อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงในไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่การแข่งขันเพิ่มขึ้นจากแพลตฟอร์ม

ออนไลน์และสื่อทางเลือก ส่งผลให้ผู้ผลิตสื่อดั้งเดิมต้องปรับตัวเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค องค์กรจำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งจะนำไปสู่การวางกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน (อลิสา เพียรลุประสิทธิ์, 2561) ในขณะเดียวกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กลายเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรไม่อาจมองข้าม โดย Ulrich (2005) เสนอว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรพิจารณาจากความจำเป็นทางธุรกิจ ความจำเป็นในการสร้างทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพและการพัฒนาทุนองค์กรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งเป็นจุดแข็งเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในสายการผลิตของอุตสาหกรรมบันเทิงจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อค้นหาแนวทางในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของทุนมนุษย์และวางรากฐานที่มั่นคงในการพัฒนาองค์กรให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ของไทย โดยอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในสายการผลิตรายการมีความสำคัญที่ทำให้เกิดการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สายการผลิตรายการของเวิร์คพอยท์ประกอบไปด้วยทีมงานหลายส่วน เช่น โปรดิวเซอร์ ผู้กำกับ ทีมเขียนบท ทีมเทคนิค และฝ่ายศิลป์ ซึ่งแต่ละส่วนมีรูปแบบการทำงานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ความคล่องตัว และการทำงานเป็นทีม (Work Point Group, 2024) ดังนั้นการเข้าใจอัตลักษณ์ของพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรนี้จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อ

จากสภาพปัญหาในปัจจุบัน พบว่า มีการขาดการศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน ซึ่งส่งผลให้ขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมและคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลในบริบทต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเชิงลึกเพื่อระบุองค์ประกอบ แนวโน้ม และปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตลักษณ์ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงการออกแบบนโยบายที่เหมาะสมองค์กรที่มีอัตลักษณ์แข็งแรงสามารถดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพและรักษาความสามารถในการรักษาพนักงานได้ดีขึ้น วัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญที่หล่อหลอมให้พนักงานมีแนวทางปฏิบัติร่วมกันและส่งเสริมความสุขในการทำงาน (Diener at el., 2003) วัฒนธรรมองค์กรมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความเป็นมาขององค์กร เช่น วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม วัฒนธรรมเน้นความเป็นเอกภาพ และวัฒนธรรมเน้นการปรับตัว (Denison, 1990) การจำแนกประเภทวัฒนธรรมองค์กรสามารถใช้ปัจจัยจากการวิเคราะห์ SWOT โดยพิจารณาจากปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่มีความสำคัญต่อบุคคลและสังคม อัตลักษณ์ในการทำงานมีผลต่อความน่าเชื่อถือ การจดจำ และความภักดีต่อแบรนด์ รวมถึงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความสำเร็จขององค์กร (Watthanabut & Chiwattanakorn, 2019) การศึกษานี้จึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ในการทำงานขององค์กร ช่วยให้เข้าใจถึงรูปแบบพฤติกรรมและแนวทางการทำงานของบุคลากรในสายการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตเนื้อหาที่โดดเด่นและเป็นที่นิยม รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์บริหารบุคลากรและการออกแบบระบบการบริหารที่เหมาะสม

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลต่ออัตลักษณ์ดังกล่าว เพื่อปรับใช้ในการทำงานและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานจึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับทิศทางขององค์กร ซึ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนเก่งและคนดี มุ่งผลลัพธ์ตามเป้าหมาย และมีความสามารถในการปรับตัวทันกับสถานการณ์ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมสทั่วไปของอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

3. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

**ระเบียบวิธีวิจัย**

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

**1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 15 คน (Nastasi and Schensul, 2005) โดยมีเกณฑ์ในการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงที่มีประสบการณ์ในงานทำงานของหน่วยงานในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน หัวหน้างานที่มีประสบการณ์ในงานทำงานของหน่วยงานในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน และพนักงานที่มีประสบการณ์ในงานทำงานของหน่วยงานในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และตอนที่ 2 ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์ โดยเป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั่วไปโดยการวิเคราะห์ SWOT ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ ในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ ในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) โดยมีการหาคุณภาพของเครื่องมือจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นรวบรวมประเด็นสำคัญ และจัดแนวทางของข้อคำถามแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ทดสอบคุณภาพโดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับปรุงไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยให้กลุ่มเป้าหมายอ่านเพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถามจากนั้นนำไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้อง

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ความร่วมมือในการให้ข้อมูลสัมภาษณ์ถึงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งดำเนินการสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ตามที่กำหนดและนัดหมาย จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์ตามวันเวลาที่ทำการนัดหมาย สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูง หัวหน้างาน และพนักงาน ในส่วนการเก็บข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การศึกษางานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การระบุสภาพแวดล้อมทั่วไปของอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานเพื่อนำมาเป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้อย่างแม่นยำ และตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียง และวิเคราะห์หาข้อสรุป (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 จัดกลุ่มข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และพิจารณาความเพียงพอของข้อมูลในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

4.2 เรียบเรียงข้อมูลจัดลำดับเนื้อหาความสำคัญของเนื้อหาที่ศึกษา

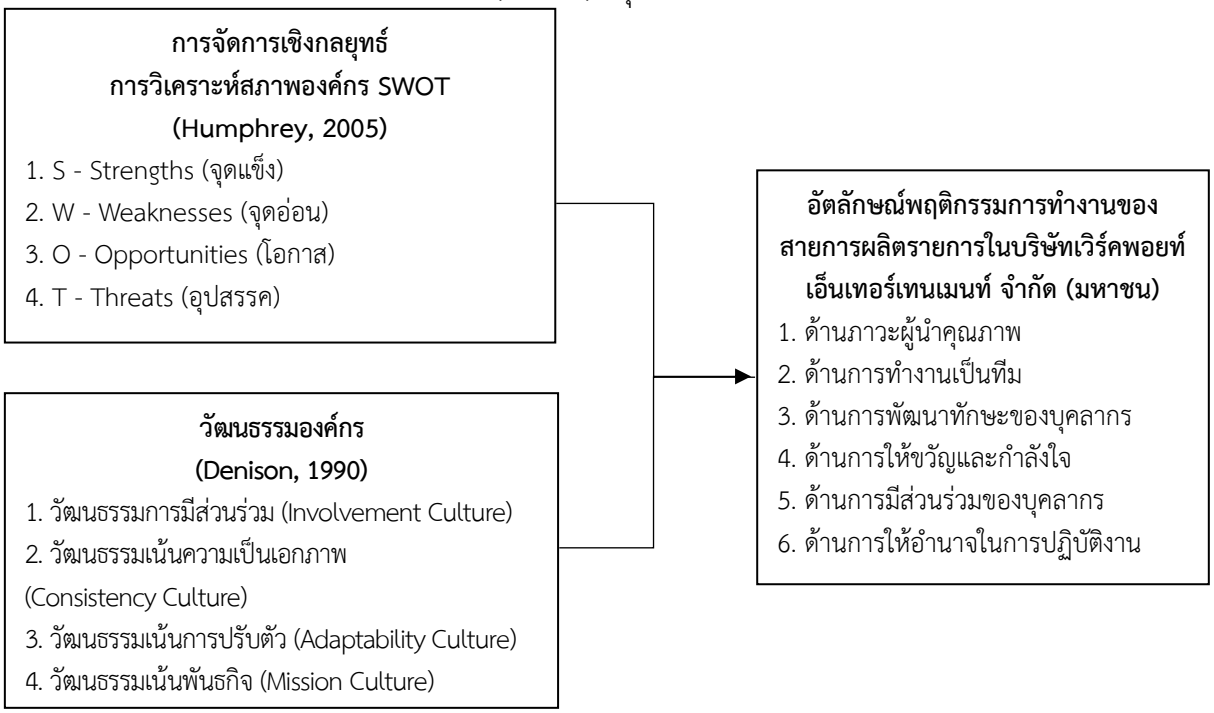
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้ข้อมูลอิ่มตัว และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยประยุกต์ใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาผนวกกับทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.4 เชื่อมโยงข้อมูล และพิจารณาข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างสมบูรณ์

4.5 จากนั้นนำมาสร้างข้อสรุป อภิปรายผล พร้อมข้อเสนอแนะให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555)

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบทฤษฎีแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ SWOT และวัฒนธรรมองค์กร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

**ผลการวิจัย**

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. สภาพแวดล้อมทั่วไปของอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)**

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมการทำงานและอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในสายการผลิตรายการของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) พบว่า

1.1 จุดแข็ง (Strengths)

ผลการสัมภาษณ์พบว่า จุดแข็งสำคัญของบริษัทประกอบด้วย 1) ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบันเทิงในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ซึ่งขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ควบคู่กับคุณธรรม 2) ความเชี่ยวชาญในการผลิตและสร้างสรรค์สื่อบันเทิงแบบครบวงจร รวมถึงรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง 3) ความพร้อมด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัยและครบครัน ช่วยให้การดำเนินงานตามพันธกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 4) การบริหารงานที่มีแผนนโยบายจากส่วนกลางอย่างเป็นระบบ 5) แนวทางการผลิตรายการที่มีความสร้างสรรค์ รอบด้าน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยรายการส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม 6) บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน มีประสบการณ์ และทำงานเป็นทีมได้อย่างมีความสามัคคี และ 7) การมีช่องทีวีดิจิทัลของตัวเอง (ช่องเวิร์คพอยท์) ที่ช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมการออกอากาศและเข้าถึงผู้ชมได้โดยตรง

1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

ผลการสัมภาษณ์พบว่า จุดอ่อนของบริษัทประกอบด้วย 1) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แต่การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้านอื่นอาจทำได้ไม่ดี ต้องรอการช่วยเหลือเฉพาะทางซึ่งส่งผลต่อความรวดเร็วในการทำงาน 2) งบประมาณที่จำกัดอาจกระทบต่อการพัฒนาด้านอุปกรณ์เทคโนโลยีในการผลิตรายการ 3) การปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ให้ทันสมัยต้องได้รับการอนุมัติจากส่วนกลาง ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าและทำให้เทคโนโลยีล้าสมัย 4) วิธีการทำงานบางครั้งขาดการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชมอย่างลึกซึ้ง ส่งผลให้เนื้อหารายการไม่สอดคล้องกับความชอบของผู้ชมบางกลุ่ม และ 5) มีข้อจำกัดด้านลิขสิทธิ์ภาพและเสียงประกอบรายการ รวมถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพารายการหลักหรือนักแสดงเด่นบางรายมากเกินไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของบริษัทในกรณีที่บุคคลเหล่านั้นไม่อยู่ในรายการ

1.3 โอกาส (Opportunities)

ผลการสัมภาษณ์พบว่า โอกาสสำคัญของบริษัทประกอบด้วย 1) โอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศมากขึ้น ผ่านการส่งออกรายการหรือร่วมลงทุนกับพันธมิตรต่างชาติ 2) การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัทเพื่อให้บริการสตรีมมิ่งคอนเทนต์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคใหม่ 3) การร่วมมือกับบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมบันเทิงและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างสรรค์โปรเจกต์ใหม่ ๆ และขยายฐานผู้ชม

1.4 อุปสรรค (Threats)

ผลการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยอุปสรรคที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) การแข่งขันด้านเทคโนโลยีและวิธีการนำเสนอใหม่ ๆ ที่มีผลต่อความน่าสนใจของรายการ หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวได้เร็วจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และ 2) อุตสาหกรรมบันเทิงที่มีการแข่งขันสูงทั้งในและต่างประเทศ ทำให้บริษัทต้องเผชิญความ ท้าทายในการรักษาฐานลูกค้าและการเติบโตทางธุรกิจ

สรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสะท้อนให้เห็นว่า เวิร์คพอยท์ มีจุดแข็งในด้านความเป็นผู้นำ ความเชี่ยวชาญ และความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี แต่ยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและความยืดหยุ่นในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมทั้งความเสี่ยงจากการพึ่งพารายการและนักแสดงหลัก โอกาสที่ควรเร่ง

ดำเนินการคือการขยายตลาดต่างประเทศและการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่วนอุปสรรคที่ต้องจับตามองคือการแข่งขันสูงและการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการรักษาความน่าสนใจของรายการ

**2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 15 คน ผลการวิเคราะห์กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน พบว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการ ประกอบด้วย 6 กระบวนการหลัก ดังนี้

2.1 กระบวนการการสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ของบริษัท

บุคลากรถูกสร้างความตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์องค์กร โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของบริษัทเวิร์คพอยท์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและการยึดมั่นในค่านิยมร่วมกัน

2.2 กระบวนการการปรับโครงสร้างและนโยบายเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์

บริษัทมีการปรับโครงสร้างองค์กรและกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์ เพื่อให้แผนกลยุทธ์สอดคล้องกับการสร้างอัตลักษณ์

2.3 กระบวนการการปรับกระบวนการทำงานโดยใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ

การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศในบริษัทถูกปรับให้เหมาะสมกับกระบวนการทำงาน รวมถึงการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและเสริมสร้างอัตลักษณ์

2.4 กระบวนการการปรับปรุงคุณภาพบุคลากรในบริษัท

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับเปลี่ยนบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้อง ส่งผลให้บุคลากรมีลักษณะโดดเด่นเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กรอย่างเข้มแข็ง

2.5 กระบวนการการปรับปรุงสื่อแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการสร้างอัตลักษณ์

มีการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อยุคสมัยและความต้องการของบุคลากร เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์และการพัฒนาอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในองค์กร

2.6 กระบวนการการสร้างเครือข่ายการพัฒนาและการประชาสัมพันธ์

การสร้างเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนและส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

สรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) คือการสร้างและพัฒนาลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลและองค์กร เพื่อให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากองค์กรอื่น โดยผ่าน 6 กระบวนการหลัก ได้แก่ การสร้างความตระหนักและความเข้าใจ ปรับโครงสร้างและนโยบาย ปรับกระบวนการทำงานโดยใช้ระบบสารสนเทศ ปรับปรุงคุณภาพบุคลากร ปรับปรุงสื่อและแหล่งเรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายพัฒนาและประชาสัมพันธ์ กระบวนการเหล่านี้ช่วยส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่องค์กร

**3. อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)**

ผลการวิเคราะห์การสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ในการปฏิบัติงานประเด็นที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นมีความสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยแต่ละด้านสรุปดังนี้

3.1 ด้านภาวะผู้นำคุณภาพ (Quality Leadership)

ภาวะผู้นำที่มีคุณภาพหมายถึงความสามารถของผู้นำในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีคุณสมบัติที่สำคัญ เช่น วิสัยทัศน์ ความสามารถในการสื่อสาร การสร้างแรงบันดาลใจ การตัดสินใจ และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับทีม

3.2 ด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork)

การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของบุคลากรที่มีความสามารถหลากหลาย มีการสื่อสารที่ดี มีเป้าหมายร่วมกัน และมีการแก้ปัญหาร่วมกัน

3.3 ด้านการพัฒนาทักษะของบุคลากร (Employee Skill Development)

การพัฒนาทักษะของบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพขององค์กร โดยอาจทำได้ผ่านการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา หรือการมอบหมายงานที่ท้าทาย

3.4 ด้านการให้ขวัญและกำลังใจ (Motivation and Morale)

การให้ขวัญและกำลังใจแก่บุคลากรช่วยสร้างความผูกพันและความภักดีต่อองค์กร ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน โดยอาจทำได้ผ่านการชื่นชม การให้รางวัล หรือการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

3.5 ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร (Employee Participation)

การส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการแก้ปัญหาต่าง ๆ ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและสร้างความผูกพันต่อองค์กร

3.6 ด้านการให้อำนาจในการปฏิบัติงาน (Empowerment)

การให้อำนาจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากรช่วยสร้างความรู้สึกเป็นอิสระและมีความรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

สรุปได้ว่าความเชื่อมโยงองค์ประกอบอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานทั้ง 6 ด้าน นี้มีความเชื่อมโยงกันและส่งผลต่อกัน การมีภาวะผู้นำที่มีคุณภาพจะช่วยสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ และการมีทีมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยพัฒนาทักษะของบุคลากร ซึ่งจะส่งผลต่อการให้ขวัญและกำลังใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากร รวมถึงการให้อำนาจในการปฏิบัติงาน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

**อภิปรายผล**

ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มีจุดแข็งที่โดดเด่นในด้านความเป็นผู้นำการผลิตสื่อโทรทัศน์แบบครบวงจร โดยถือเป็นหนึ่งในบริษัทขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยศักยภาพในการเข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่ม ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยเฉพาะความสามารถในการสร้างสรรค์รายการประเภทเกมโชว์ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ องค์กรยังมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการผลิตสื่อ รวมถึงมีการขยายธุรกิจในหลากหลายช่องทางอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม จุดอ่อน ที่สำคัญ คือ การพึ่งพาบุคลากรหลักบางรายมากเกินไป ซึ่งอาจส่งผลต่อเสถียรภาพของรายการ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล เช่น การลาออก หรือการหยุดปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การพึ่งพาความนิยมของบางรายการเป็นหลักอาจเป็นความเสี่ยงหากเนื้อหาดังกล่าวเริ่มไม่ตรงกับความสนใจของผู้ชม โอกาสขององค์กรในปัจจุบัน ได้แก่

ความสามารถในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบการส่งออกรายการและการร่วมผลิตกับพันธมิตรทางธุรกิจจากต่างประเทศ อีกทั้งการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเอง ยังช่วยเปิดโอกาสให้บริษัทเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านบริการสตรีมมิ่งที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ในขณะเดียวกันบริษัทต้องเผชิญกับ อุปสรรค จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ความหลากหลายของช่องทางการรับชมสื่อ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่ง ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมบันเทิง ทั้งจากบริษัทภายในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการพัฒนาเนื้อหา กลยุทธ์ทางการตลาด และการใช้เทคโนโลยี ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมขององค์กร โดยช่วยให้สามารถระบุจุดแข็งที่ควรเสริม จุดอ่อนที่ควรแก้ไข โอกาสที่ควรใช้ประโยชน์ และอุปสรรคที่ควรวางแผนรับมือ ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานให้ชัดเจนและยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ โพทอง (2565) ที่ระบุว่าในยุคของสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง องค์กรต้องเผชิญกับปัจจัยหลากหลายที่อาจเป็นทั้ง โอกาสและอุปสรรค โดยปัจจัยเหล่านี้ควรถูกนำมาวิเคราะห์อย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเข้าใจและปรับตัวตามบริบทนี้อย่างมียุทธศาสตร์ จะนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่มั่นคงและแตกต่าง อันเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ที่เป็นเช่นนี้เพราะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคปัจจุบันมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบันเทิงที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ ที่หลากหลาย ส่งผลให้บริษัทต้องมีการประเมินตนเองอยู่เสมอ ทั้งในด้านศักยภาพภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน ให้มีความชัดเจน แตกต่าง และสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของทั้งภายในองค์กรและสังคมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการใน บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) พบว่ามีกระบวนหลักสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ การสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ การปรับโครงสร้างและนโยบายที่สนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์ การปรับกระบวนการทำงานโดยใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ การปรับปรุงคุณภาพบุคลากร การปรับปรุงสื่อและแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างเครือข่ายการพัฒนาและการประชาสัมพันธ์ กระบวนการเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างลักษณะเฉพาะตัว (Identity) ที่โดดเด่นและแตกต่างของบุคคล องค์กร หรือผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความน่าจดจำ ความน่าเชื่อถือ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนเสริมสร้างความภาคภูมิใจทั้งในระดับบุคคลและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติรัฐ รัตนชารี (2563) พบว่า การสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมในการทำงานสัมพันธ์กับองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก ได้แก่ พนักงานองค์กร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถและพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน การสร้างทีมงานที่มีความรู้ความสามารถหลากหลาย และมีปฏิสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ สิ่งแวดล้อมในองค์กร ทั้งบรรยากาศการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร ที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ กระบวนการดำเนินงานขององค์กรที่จัดการปัจจัยทั้งภายในและภายนอกอย่างสร้างสรรค์ พร้อมวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพที่เป็นเช่นนี้เพราะกระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการเวิร์คพอยท์ จึงไม่ใช่เพียงการพัฒนาบุคลากรหรือระบบงานเท่านั้น แต่เป็นการบริหารจัดการองค์รวมที่ผสมผสานทั้งบุคลากร ทีมงาน วัฒนธรรมองค์กร และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กรให้แข็งแกร่งและโดดเด่นในอุตสาหกรรมโทรทัศน์อย่างยั่งยืน

อัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการใน บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย 6 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำคุณภาพ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการพัฒนาทักษะของบุคลากร ด้านการให้ขวัญและกำลังใจ ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการให้อำนาจในการปฏิบัติงาน ดังนั้นอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงาน (Workplace Identity) คือความรู้สึกและแนวคิดที่บุคคลมีต่อตนเองในบริบทของการทำงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและทัศนคติในการปฏิบัติงาน ข้อดีของการมีอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานที่ชัดเจนคือการสร้างความแข็งแกร่งทั้งในระดับบุคคลและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาจิตร ประดิษฐเจริญ และบังอร โสพส (2560) พบว่าอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ถึงร้อยละ 49.40 ซึ่งสะท้อนว่าการเสริมสร้างการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรในพนักงาน ผ่านสภาพแวดล้อม บรรยากาศการทำงาน กิจกรรม และการสื่อสารภายในองค์กรนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน และนำไปสู่พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ที่เป็นเช่นนี้เพราะการพัฒนาอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานใน 6 ด้านดังกล่าวเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพัน ความรับผิดชอบ และความร่วมมือภายในองค์กรสายการผลิตรายการของบริษัทเวิร์คพอยท์ฯ ทำให้องค์กรมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่ออย่างยั่งยืน

**สรุปผลการวิจัย**

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์โดยใช้ SWOT Analysis ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) พบว่าองค์กรมีจุดแข็งในการเป็นผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ครบวงจรด้วยความสามารถในการผลิตรายการที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมทุกช่วงวัย นอกจากนี้ บุคลากรมีความรู้และประสบการณ์สูง ขณะที่องค์กรได้ขยายธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม องค์กรยังมีจุดอ่อนในการพึ่งพาบุคลากรหลักในกระบวนการผลิต รายการ ด้านโอกาสประกอบด้วยการขยายตลาดต่างประเทศ การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ และการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการให้บริการสตรีมมิ่ง ขณะที่อุปสรรคที่ต้องเผชิญ ได้แก่ การแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว SWOT Analysis จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของบุคลากรให้สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของบริษัทครอบคลุม 6 ด้านหลัก ได้แก่ การสร้างความตระหนักเกี่ยวกับอัตลักษณ์ การปรับโครงสร้างองค์กร การใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ การพัฒนาคุณภาพบุคลากร การปรับปรุงสื่อและแหล่งเรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาและประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ การสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานยังประกอบด้วย 6 ด้านสำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำคุณภาพ การทำงานเป็นทีม การพัฒนาทักษะบุคลากร การให้ขวัญกำลังใจ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และการให้อำนาจในการปฏิบัติงาน สรุปได้ว่ากระบวนการและด้านต่าง ๆ เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในสายการผลิตรายการ ทำให้องค์กรสามารถรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

**ข้อเสนอแนะ**

**1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย**

1.1 หน่วยงานของธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มาเป็นนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน และสนับสนุนการในพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

1.2 หน่วยงานของธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์, บริษัทเพลง, บริษัทภาพยนตร์, บริษัทที่จัดการแสดงสด นอกจากนี้ ยังมีสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมการค้าผู้ประกอบธุรกิจบันเทิงไทย (TECA) นำแนวทางอัตลักษณ์พฤติกรรมการทำงานของสายการผลิตรายการในบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มาใช้เป็นช่องทางในการผลักดันนโยบายเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

**2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป**

จากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก มีข้อเสนอแนะว่าในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยรวมทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน การใช้วิธีดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความลึกซึ้งของข้อมูลเชิงคุณภาพและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นอกจากนี้ควรศึกษาในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อทำการเปรียบเทียบลักษณะสร้างอัตลักษณ์กับบริษัทสายบันเทิงอื่นว่าเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

**เอกสารอ้างอิง**

จุฑาจิตร ประดิษฐเจริญ และบังอร โสพส. (2560). บทบาทของอัตลักษณ์องค์การ และความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 37(3), 109-128.

นิติรัฐ รัตนชารี. (2563). การจัดการความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ กรณีศึกษา บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์จำกัด (มหาชน). (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อรพรรณ โพทอง. (2565). ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

อลิสา เพียรลุประสิทธิ์. (2561). กลยุทธ์การผลิตเนื้อหารายการออนไลน์และความคิดเห็นของผู้ชมรายการผ่านช่อง NANAKE555 บนเว็บไซต์ยูทูบ. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

เอื้อมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 17(1), 17-29.

Cosmedia. (2024). production house How important is it in the entertainment industry?. Retrieved from https://www.cosmediaproduction.com/production-house/.

Denison, D. (1990). Corporate culture and organizational. New York: Wiley.

Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. Annual review of psychology, 54(1), 403-425.

Humphrey, A. (2005). SWOT analysis for management consulting. SRI alumni Newsletter, 1(2), 7-8.

Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. Journal of school psychology, 43(3), 177-195.

Press Release. (2025). PwC Thai entertainment and media industry revenue expected to reach 690 billion baht in 2024 Bangkok. Retrieved from https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-th.html.

Ulrich, D. (2005). Employee and Customer Attachment: Synergies for Competitive Advantage. Human Resource Planning. 14 (2): 89-103.

Watthanabut, B., & Chiwattanakorn, T. (2019). Disrupting Human Resource Development by Digital Literacy. Journal of International Buddhist Studies, 10(1), 87-97.

Work Point Group. (2024). Creative WORK Makes A Different POINT. Retrieved from https://workpointworldwide.com/.