

Happy Workplace



สรุปร่องค์กรแห่งความสุข

เล่ม 5

งานสร้างสรรค์ของทีมสร้างสุข





Happy Workplace



สาระองค์กรแห่งความสุข

เล่ม 5

งานสร้างสรรค์ของทีมสร้างสุข



สารสารองค์กรแห่งความสุข เล่ม 5: งานสร้างสรรค์ของทีมสร้างสุข

บรรณาธิการ	อธิวัฒน์ เจียวิวรรธน์กุล
ผู้เขียน	ศราวุธ ทาคำ ฉัตรลัดดา เลิศจิตรการุณ สิทธิพร กล้าแข็ง ทิพวัลย์ งามรง ลักขมี มีแก้ว
รูปเล่ม	ฉัตรลัดดา เลิศจิตรการุณ
ปก	ศราวุธ ทาคำ
อาร์ตเวิร์ค	บริษัท พี.เอ. ลีฟวิ่ง จำกัด
พิมพ์ครั้งแรก	ตุลาคม 2557
จำนวนพิมพ์	1,000 เล่ม
พิมพ์ที่	บริษัท พี.เอ. ลีฟวิ่ง จำกัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
จัดพิมพ์	โครงการพัฒนากลไกทางวิชาการ เพื่อสนับสนุนงานสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว และ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
สนับสนุนโดย	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
ISBN	978-616-279-562-6

การสร้างองค์กรแห่งความสุข มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตคนทำงานในองค์กร อันจะส่งผลเชิงบวกต่อเนื่องทั้งต่อองค์กร ครอบครัวของบุคลากรตลอดจนชุมชนและสังคมโดยรวม โครงการพัฒนากลไกทางวิชาการเพื่อสนับสนุนงานสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร สังกัดสถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้การสนับสนุนของสำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมการทำงานของภาคีเครือข่ายต่างๆ ในการสร้างองค์กรแห่งความสุข ในการดำเนินงานที่ผ่านมา บุคลากรของโครงการได้มีโอกาสดีๆ ในการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ความรู้ ข้อคิดและบทเรียนต่าง ๆ จากการทำงาน ทั้งจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลความรู้ที่จำเป็น และการพบปะแลกเปลี่ยนกับผู้ที่อยู่ในแวดวงการทำงาน องค์กรต้นแบบต่าง ๆ ซึ่งทางโครงการเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ต่อการขยายผลการทำงานขององค์กรที่สนใจ จึงได้มีการนำสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เก็บเกี่ยวมาวิเคราะห์และสังเคราะห์จัดทำบทความเพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างต่อไป โดยได้จัดทำออกมาเป็นชุดหนังสือสรุสาระองค์กรแห่งความสุข โดยหนังสือสรุสาระองค์กรแห่งความสุข เล่มที่ 5: งานสร้างสรรค์ของทีมสร้างสุข ประกอบด้วยบทความ จำนวน 5 เรื่อง

บทความสองเรื่องแรก นำเสนอทั้งแนวคิด แนวทางและกรณีศึกษาของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารของทีมสร้างสุของค์กร มาช่วยในการพัฒนาองค์กรแห่งความสุข โดยเรื่องแรก นำเสนอเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่องค์กรแห่งความสุข และบทความที่สอง นำเสนอแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน สำหรับบทความเรื่องที่สาม นำเสนอให้เห็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์กรแห่งความสุข ด้วยการสร้างโรงเรียน

ในโรงงาน บทความเรื่องที่สุด เป็นการประยุกต์ใช้แนวทาง Happy 8 ประการ ของ การสร้างองค์กรแห่งความสุข มาสร้างความสุขในครอบครัว และบทความเรื่องสุดท้าย นำเสนอภารกิจของทีมสร้างสุของค์กรในการดูแลชุมชนสังคม

ทางโครงการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่สนใจบ้าง ไม่มากก็น้อย อันจะทำให้เกิดประกายความคิดและ พลังในกันช่วยกันขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขให้แพร่ขยายไปทั่วสังคมไทย

ขอขอบคุณองค์กร/โครงการแหล่งข้อมูล ผู้บริหาร บุคลากร ที่เกี่ยวข้อง ทุกท่าน ที่เป็นต้นเรื่องของบทความในหนังสือเล่มนี้ ตลอดจนขอขอบคุณ นายแพทย์ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์ สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ได้ให้การส่งเสริมการดำเนินงาน ของโครงการให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีตลอดมา

ดร. อธิวัฒน์ เจียวิวรรธน์กุล
หัวหน้าโครงการ

	หน้า
คำนำ	iii
การสื่อสาร : กลยุทธ์ของทีมสร้างสุของค์กร	1
โดย...ศราวุธ ทาคำ	
สื่อสังคมออนไลน์: เครื่องมือขับเคลื่อนองค์กรสุขภาวะของทีมสร้างสุของค์กร	33
โดย...ฉัตรลัดดา เลิศจิตรการุณ	
โรงเรียนในโรงงาน: แนวทางสร้างการเรียนรู้ของทีมสร้างสุของค์กร	62
โดย...สิทธิพร กล้าแข็ง	
การประยุกต์ใช้ Happy 8 : จากความสุขในองค์กรสู่ความสุขในบ้าน	82
โดย...ทิพวัลย์ งามรง	
องค์กรแห่งความสุขกับการดูแลชุมชน : ภารกิจของทีมสร้างสุของค์กร	99
โดย...สิทธิพร กล้าแข็ง	
ดัชนีคำหลัก	115

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางจำแนกประเภทสื่อสังคมออนไลน์ของ โครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะและภาคีเครือข่าย	40
ตารางที่ 2 แสดงการเชื่อมโยงมาตรฐานครอบครัวเข้มแข็งและแนวคิด Happy 8	87
ตารางที่ 3 แสดงผลลัพธ์การนำแนวคิด Happy 8 มาใช้ในครอบครัว	94
ตารางที่ 4 ผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กร	109

	หน้า
รูปภาพที่ 1	รางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยม “ทีมงานแกร่ง องค์กรเลิศ” 19
รูปภาพที่ 2	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทสลาแมนเดอร์จิ๋วเวิร์กจำกัด 21
รูปภาพที่ 3	อุทกภัยที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานของบริษัท เมื่อปลายปี พ.ศ. 2554 23
รูปภาพที่ 4	การประกาศข่าวสารต่างๆ ในช่วงพักกลางวัน 25
รูปภาพที่ 5	ตัวอย่างการจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับ Happy Workplace 25
รูปภาพที่ 6	วารสารประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับกิจกรรม Happy Workplace 26
รูปภาพที่ 7	ป้ายไฟวิ่งแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาไทย และภาษาพม่า 26
รูปภาพที่ 8	การจัดรายการวิทยุสด 26
รูปภาพที่ 9	นักศึกษาหลักสูตรวิชาแปรรูปสัตว์น้ำ 73
รูปภาพที่ 10	พิธีลงนามความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย 74
รูปภาพที่ 11	บรรยากาศในการเรียนการสอน 76
รูปภาพที่ 12	ภาพความสำเร็จของนักศึกษา 76

สารบัญแนภาพ

	หน้า
แนภาพที่ 1 แนภาพแสดงระดับความสัมพันธ์ที่องค์กรมีต่อสังคม	101

การสื่อสาร : กลยุทธ์ของทีมงานสร้างสุของค์กร

ศรารุช ทาคา

บทนำ

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง องค์กรต่างๆต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรสามารถ ดำรงอยู่ได้และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรให้ได้ เพราะการ เปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ทุกคนทุกองค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว ทุกคนทุกองค์กรจำเป็นต้องมีมาตรการในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรในองค์กรจะต้องพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยปัจจุบันพบว่าองค์กรต่างๆ เริ่มให้ความสนใจที่จะทำให้บุคลากรในองค์กร ทำงานอย่างมีความสุข โดยเชื่อว่าเมื่อบุคลากรทำงานอย่างมีความสุขแล้วจะทำให้ เกิดสมดุลของการใช้ชีวิตทั้งการทำงานและชีวิตส่วนตัว อาจกล่าวได้ว่าเป็นการ เปลี่ยนแปลงของสังคมการทำงานสมัยใหม่อย่างแท้จริง โดยสำนักสนับสนุนสุขภาวะ องค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ได้ส่งเสริมและกระตุ้น ให้องค์กรภาคเอกชน และภาครัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้บุคลากรทำงาน อย่างมีความสุข เรียกว่าแนวคิดองค์กรสุขภาวะ (Happy Workplace) องค์กร

แห่งความสุข โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมให้องค์กรมีความสุขครบทั้ง 8 ด้าน ที่ครอบคลุม มิติความสุขส่วนบุคคล ความสุขของครอบครัว และสังคม โดยองค์กรต่างๆ อาจมีการดำเนินงานอยู่แล้วเช่น กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร การจัดตั้ง ชมรมต่างๆ การเพิ่มพูนความรู้แก่บุคลากร เป็นต้น โดยพบว่าองค์กรส่วนใหญ่ ยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข ไม่ทราบถึง ประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ ส่งผลให้บุคลากรขององค์กรไม่ให้ความร่วมมือ ดังนั้น หากผู้นำองค์กร ผู้ที่มีอำนาจในการบริหารจัดการ ตลอดจนคณะทำงาน หรืออาจ เรียกว่าทีมสร้างสุขขององค์กรซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงบุคลากร มีความเข้าใจที่ชัดเจน และสามารถส่งเสริม กระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรทุกส่วนเห็นความสำคัญของการสร้าง องค์กรแห่งความสุข จึงน่าจะทำให้องค์กรนั้นก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความสุขได้

การทำให้บุคลากรทุกส่วนขององค์กรมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด องค์กรแห่งความสุขมีหลายกลยุทธ์ที่จะต้องเรียนรู้เพื่อประยุกต์ใช้ ผู้เขียนมี ความเห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่มีประสิทธิภาพ และมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร ช่วยให้บุคลากรยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับทิศทางใหม่ของ องค์กร มีความผูกพันทางใจต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตลอดจนสนับสนุนให้ บุคลากรสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ การสื่อสารภายในองค์กร เพื่อการเปลี่ยนแปลงเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่ช่วยให้ บุคลากรรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันว่าในระหว่าง การเปลี่ยนแปลงควรจะทำปฏิบัติตัวอย่างไรและทำไมจึงต้องทำเช่นนั้นอีกทั้งยังช่วย สนับสนุนและสร้างบรรยากาศความไว้วางใจในองค์กรอีกด้วย หากการสื่อสาร ภายในไม่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดความรู้สึกลบและเกิดการต่อต้านของ บุคลากรถือว่าเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร

บทความนี้ผู้เขียนจึงต้องการที่จะนำเสนอถึงการสื่อสารภายในองค์กร อันเป็นกลยุทธ์หนึ่งของทีมสร้างสุขขององค์กร ที่ช่วยในการดำเนินงานสร้างความสุข

ให้เกิดขึ้นในองค์กร เพื่อให้องค์กรที่สนใจสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยจะนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้อง แนวทางในการสื่อสาร และนำเสนอตัวอย่างกรณีศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการสร้างองค์กรแห่งความสุข

การเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ส่งผลให้องค์กรต่างๆ ต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรให้ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ทุกคนทุกองค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วทุกคนทุกองค์กรจำเป็นต้องมีมาตรการในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เหตุผลที่องค์กรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงผู้เขียนจำแนกออกเป็นสองประการหลักๆ ประการแรกคือปัจจัยภายนอก เช่น เทคโนโลยีสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงของตลาด การเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า การแข่งขันกับคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น กฎหมายและการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ประการที่สองคือปัจจัยภายในองค์กร เช่น แนวคิดในการบริหารองค์กร โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร แนวโน้มการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งสองปัจจัยนี้ล้วนส่งผลกระทบต่อให้องค์กรต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในการเปลี่ยนแปลงที่ไม่อาจคาดเดาได้ การเปลี่ยนแปลงองค์กรไม่ว่าจะเป็นการปรับโครงสร้างองค์กร การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร การปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน ล้วนแต่มีผลกระทบกับหลายปัจจัยในองค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากร การบริหาร การเปลี่ยนแปลงให้ประสบความสำเร็จจึงไม่ใช่เรื่องง่าย McKinsey & Company (อ้างถึงใน บุนหา โพธิ์ , ม.ป.ป.) ได้ทำการสำรวจองค์กรทั่วโลกในปี 2008 พบว่ามีเพียงหนึ่งในสามของการบริหารการเปลี่ยนแปลงเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ

เป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง

Schermerhorn (2005) กล่าวว่าการบริหารการเปลี่ยนแปลงจะมุ่งที่เป้าหมายหลัก 5 ประการคือ

1. ลักษณะการทำงานของพนักงานที่ต้องเปลี่ยนไป ซึ่งหมายรวมถึงพันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ขององค์กร ตลอดจนการออกแบบการทำงานใหม่
2. บุคลากร ทักษะและความสามารถของพนักงาน ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรที่สนับสนุนการทำงานของพนักงาน
3. วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยม แนวปฏิบัติที่นำไปสู่พฤติกรรมใหม่ที่พึงประสงค์ของพนักงานแต่ละคนและการทำงานเป็นทีม
4. เทคโนโลยีระบบการทำงานและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สนับสนุนระบบการทำงานของพนักงานแต่ละคนและการทำงานเป็นทีม
5. โครงสร้างองค์กร สายการบังคับบัญชาและการสื่อสารในองค์กร

การนำเอาแนวคิดองค์กรสุขภาวะ (Happy Workplace) เข้ามาในองค์กรมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรทุกส่วนให้มีความสมดุลทั้งชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว โดยแนวคิดองค์กรสุขภาวะเชื่อว่าเมื่อบุคลากรมีความสุขจากงานที่ทำ จะส่งผลต่อความสุขไปยังครอบครัวของตนเองและสังคมดังนั้นองค์กรยุคใหม่จึงให้ความสนใจที่จะนำเอาแนวคิดองค์กรสุขภาวะเข้ามาในองค์กร และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรอย่างสม่ำเสมอด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งผู้เขียนมีความเห็นว่าการสื่อสารที่ดี ชัดเจน และทั่วถึง จะทำให้การนำแนวคิดองค์กรสุขภาวะนี้เข้าถึงบุคลากรและได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงองค์กร

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงองค์กรส่วนใหญ่มีที่มาจากโมเดลการเปลี่ยนแปลงของ Kurt Lewin (อ้างอิงใน Jennifer Waldeck, 2012) ซึ่งประกอบไปด้วย

3 ขั้นตอนดังนี้

1. การละลายพฤติกรรมเดิม (unfreezing) การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมใหม่ที่ฝ่ายบริหารต้องการ เป็นความพยายามลดแรงต้านของพนักงานที่จะทำงานตามแบบเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลง โดยการให้ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็นที่องค์กรต้องเปลี่ยนแปลง

2. การเปลี่ยนแปลง (changing) การดำเนินการปรับปรุง ระบบ ขั้นตอน สินค้า บริการ หรือผลลัพธ์อื่น ๆ ที่ฝ่ายบริหารกำหนด เพราะการเปลี่ยนแปลงหมายถึง การที่พนักงานต้องเรียนรู้และต้องทำในสิ่งที่ต่างไปจากเดิม ในขั้นตอนนี้ องค์กรต้องให้ข้อมูลใหม่ รูปแบบพฤติกรรมใหม่ กระบวนการใหม่หรือวิธีการทำงานแบบใหม่แก่พนักงาน

3. การรักษาการเปลี่ยนแปลงให้คงอยู่ถาวร (refreezing) องค์กรต้องสร้างกลไกในการรักษาให้การเปลี่ยนแปลงคงอยู่ เพื่อช่วยให้พนักงานประสานทัศนคติหรือพฤติกรรมการทำงานใหม่ให้กลายเป็นสิ่งที่ทำเคยชิน องค์กรต้องมีการให้แรงเสริมบวกในรูปของรางวัลหรือเงินแก่พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานใหม่นี้ด้วย ในขั้นตอนนี้ องค์กรสามารถใช้การสอนงานหรือการทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีของหัวหน้างานและฝ่ายบริหาร

ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคม ทั้งการสื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน บรรลุวัตถุประสงค์ของอีกฝ่าย หรือการสื่อสารในองค์กรเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงาน หรือการดำเนินกิจกรรมใดๆ ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

นิยามและความหมายของการสื่อสาร (Communication)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้ “ก.นำหนังสือหรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง”

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารว่า “เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่างๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง”

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2547) ให้ความหมายว่า “การสื่อสาร คือ การถ่ายโอน (transfer and understanding of meaning) ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจถูกต้อง การสื่อสารอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และเป็นเครือข่ายองค์กรหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการติดต่อสื่อสารขององค์กร (Organization Communication)”

จากความหมายของการสื่อสารที่กล่าวมาอาจสรุปได้ว่าการสื่อสาร (Communication) หมายถึง “กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวต่างๆ จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ จนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารขององค์กร”

นิยามและความหมายของการสื่อสารในองค์กร (Organization Communication)

มีผู้นิยามไว้ดังนี้ Lewis (1987) ให้ความหมายว่าคือการแบ่งปันข่าวสาร ความคิดและทัศนคติในองค์กร ระหว่างผู้จัดการ พนักงาน และทีมงานโดยมีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารหรือสื่อสารมวลชนเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน

Gibson & Hodgetts (อ้างถึงใน วนาวลัย ดาดี, 2555) ให้ความหมายการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นการส่งข้อมูลและความรู้ระหว่างสมาชิกขององค์กร

เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ Richmond, V. P. & McCroskey, J. C. (อ้างถึงใน วนาวลัย์ ดาดี, 2555) ได้อธิบายความหมายของการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลสื่อความหมายให้เกิดในใจของอีกคนโดยเนื้อหาเป็นได้ทั้งวจนภาษาและอวัจนภาษาภายในบริบทขององค์กรที่เป็นแบบทางการ

กริช สืบสนธิ์ (2538) นิยามความหมายของการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงานโดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะบุคคลตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

Argenti (2009) ให้ความเห็นว่าการสื่อสารในองค์กรเป็นการสร้างบรรยากาศของการเคารพซึ่งกันและกันสำหรับสมาชิกทุกคนในองค์กรและการสื่อสารเพื่อการจัดการควรจะมาจากผู้จัดการคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งโดยตรงและจากหัวหน้าไปสู่พนักงาน หากองค์กรมีขนาดใหญ่ขึ้นและมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพึงการสื่อสารในองค์กร

จากความหมายของการสื่อสารในองค์กรที่กล่าวมาอาจสรุปได้ว่าการสื่อสารในองค์กร (Organizational/Internal Communication) หมายถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดและทัศนคติของกลุ่มบุคคลในองค์กรที่มีความสัมพันธ์กันแต่มีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน โดยมีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ทั้งนี้ก็เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กรต่อการเปลี่ยนแปลง

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลง มีความสำคัญกับองค์กรอย่างไร เมื่อใดก็ตามที่คนในองค์กรรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงได้ถูกต้อง ครบถ้วน เหมาะสมกับเวลา สถานที่และบุคคลแล้ว โอกาสที่คนจะ

ต่อต้าน หลบหนี หลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงก็จะมีน้อยลง Holtz (2004) แนวคิดองค์กรสุขภาวะเป็นแนวคิดที่มุ่งส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของคนทำงาน โดยมีเป้าหมายที่จะทำให้คนทำงานมีความสุขทั้งความสุขจากการทำงานที่สามารถเลี้ยงชีพและครอบครัวได้ มีความมั่นคง ตลอดจนที่ทำงานน่าอยู่ คนทำงานมีความรักและสามัคคีกัน และองค์กรสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างสงบสุขเกื้อกูลกัน ซึ่งกำลังได้รับความสนใจจากองค์กรต่างๆ ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากประสบปัญหาการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อันส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล แต่บางองค์กรกลับพบว่ามีความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง โดยบุคลากรในองค์กรต่างให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทั้งนี้เป็นเพราะหลายองค์กรได้มีการดำเนินงานอยู่แล้ว เพียงแต่อาจไม่ทราบว่ามีกำหนดค่านิยามเรียกองค์กรที่มีการดำเนินงานในลักษณะนี้อย่างไร

เมื่อองค์กรต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจากเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี หรือ การเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายต่างๆ ภายในองค์กรที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานในองค์กร อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร องค์กรจึงมีบรรยากาศของการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงบวกและลบโดยบุคลากรในองค์กรจะเกิดทัศนคติทั้งทางบวกและลบต่อการเปลี่ยนแปลง เกิดความรู้สึกลัว ไม่เชื่อใจ รู้สึกไม่มั่นคง กังวลใจ บุคลากรบางกลุ่มจะเกิดการต่อต้าน บางกลุ่มจะให้การสนับสนุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ สมุนธนา ตันวงศ์वाल (2552) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญมากอย่างหนึ่งต่อความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงและต้องทำอย่างต่อเนื่องบ่อยๆ จึงคำนึงถึงเสมอว่าการให้ข้อมูลมากเกินไปความต้องการของพนักงานดีกว่าให้ข้อมูลน้อยหรือไม่ต่อเนื่อง การสื่อสารช่วยขจัดข้อสงสัยหรือข่าวลือในทางลบได้ ซึ่งข่าวลือหรือข่าวที่ไม่ตรงกับความจริงมีส่วนทำให้ขวัญและกำลังใจของพนักงานลดลง จึงมีผลสำคัญต่อความสำเร็จและระยะเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงด้วย

การบริหารการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับการดำเนินการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ทั้งให้มีความมุ่งมั่นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการสนับสนุนให้พนักงานสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ต้องอาศัยการสื่อสารภายใน ในการโน้มน้าวใจพนักงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและพนักงาน การสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของการบริหารการเปลี่ยนแปลง

Elving (2005) เสนอว่าการสื่อสารกับพนักงานต้องเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการบริหารการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างปฏิริยาลูกโซ่หลอมรวมองค์กรในช่วงของการเปลี่ยนแปลงและกระตุ้นให้พนักงานทุ่มเทให้กับการดำเนินการการเปลี่ยนแปลงขององค์กรมากขึ้น ปัญหาที่มักเกิดขึ้นคือความไม่เข้าใจของพนักงานว่าทำไมองค์กรต้องมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการที่องค์กรสื่อสารกับพนักงานน้อยเกินไป นอกจากนี้บรรยากาศความเชื่อมั่นภายในองค์กรมีผลอย่างมากต่อการสื่อสารในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงพนักงานที่ไม่เข้าใจและไม่ไว้วางใจในตัวผู้บริหารอาจจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

Holtz (2004) และ Proctor and Doukakis (2003) (อ้างถึงใน บุญหาไปชีว, มปป.) สรุปว่าพนักงานต่อต้านการเปลี่ยนแปลงด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ความกลัวว่าจะต้องสูญเสียประโยชน์ส่วนตน พนักงานมักจะมีเคยชินกับการปฏิบัติงานที่ตนเองทำอยู่และมักจะมองว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่เข้ามาคุกคาม เพราะทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานใหม่พนักงานโดยทั่วไปมีแนวโน้มในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงโดยพื้นฐานอยู่แล้ว
2. ความกลัวสิ่งที่ตนเองไม่รู้ การที่ต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ทำให้กังวลว่าจะทำงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายใหม่หรือทำงานในระบบใหม่ได้หรือไม่
3. ความเชื่อที่ต่างกัน พนักงานอาจจะไม่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดจากการตัดสินใจที่ถูกต้องของฝ่ายบริหาร

4. การขาดความเชื่อถือในตัวผู้บริหาร ซึ่งจะก่อให้เกิดความสงสัยในเจตนาที่แท้จริงของผู้บริหารในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้

ด้วยเหตุนี้เมื่อองค์กรที่มีความสนใจที่จะนำแนวคิดองค์กรสุขภาวะมาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารทรัพยากรบุคคลอันจะส่งผลดีต่อความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้จึงควรมีการสื่อสารเพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน และก่อให้เกิดความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสาร: กลยุทธ์เพื่อการสร้างสุขในองค์กร

ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงองค์กรส่วนใหญ่จะมีการบริหารการสื่อสารภายในองค์กรโดยผ่านช่องทางทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพราะการสื่อสารภายในทำหน้าที่หลายประการไม่ว่าจะเป็นการเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมและยอมรับการเปลี่ยนแปลง การสร้างความผูกพันทางใจของพนักงานต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างความมั่นใจให้กับพนักงานที่ได้รับผลกระทบ สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ผูกพันต่อองค์กร และกระตุ้นให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใหม่ ตลอดจนให้ได้มาซึ่งข้อมูลย้อนกลับจากพนักงานและที่สำคัญการสื่อสารภายในช่วยสนับสนุนและสร้างบรรยากาศความไว้วางใจในองค์กร เมื่อพิจารณาจากขั้นตอนตามโมเดลของ Kurt Lewin ที่ได้กล่าวว่า ขั้นตอนแรกต้องมีการละลายพฤติกรรม องค์กรที่ต้องการนำแนวคิดองค์กรสุขภาวะเข้ามาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรนั้นจะต้องสร้างความตระหนักของพนักงานที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง

โดยสิ่งแรกที่องค์กรควรสื่อสารให้พนักงานทราบคือแผนการบริหารการเปลี่ยนแปลง ทำไมองค์กรจึงต้องเปลี่ยนแปลง และวิสัยทัศน์ใหม่ที่จะเกิดขึ้นระยะเวลาในการดำเนินการ โอกาสที่จะได้รับจากการเปลี่ยนแปลง ให้ความมั่นใจแก่พนักงานและระบุบุคคลที่รับผิดชอบตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานสอบถาม

ข้อสงสัยจากผู้บังคับบัญชาโดยตรง การให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ต้น ได้รับรู้และเข้าใจถึงสาเหตุที่องค์กรต้องมีการเปลี่ยนแปลง ตั้งแต่แรก จะช่วยลดปัญหาการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน โดยการสื่อสารกับพนักงานต้องกระทำตั้งแต่แรก ผู้บริหารควรอธิบายทั้งข้อดีและข้อเสียของการเปลี่ยนแปลงให้พนักงานทราบ ไม่ใช่เน้นแต่เพียงข้อที่ได้ประโยชน์ หากผู้บริหารสามารถอธิบายได้ทั้งข้อดีข้อเสียแสดงว่าผู้บริหารได้ประเมินการเปลี่ยนแปลงมาแล้วทั้งสองด้าน จะช่วยสร้างความมั่นใจแก่พนักงานตลอดจนเกิดบรรยากาศของการไว้วางใจซึ่งกันและกัน องค์กรต้องเปิดช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานด้วย

การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก็เป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารกับผู้นำทางความคิดของกลุ่มต่างๆ ซึ่งมักจะพบว่าเป็นองค์กรมักจะประกอบไปด้วยการแบ่งกลุ่มเป็นพรรคเป็นพวกตามแผนก หรือฝ่ายต่าง ๆ โดยอาจมีคนสำคัญ ๆ ที่เป็นเสมือนผู้นำทางความคิดอยู่โดยทั่วไปแล้ว พนักงานจะได้รับข้อมูลร้อยละ 70 จากเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ แต่อย่างไรก็ดี พนักงานควรจะได้รับทราบเรื่องการเปลี่ยนแปลงขององค์กรจากสื่อที่เป็นทางการ ก่อนรับทราบจากข่าวลือภายในองค์กร ในขั้นตอนที่สองตามโมเดลของ Kurt Lewin การดำเนินการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารกับพนักงานควรจะเป็นการให้ความรู้ในเรื่องบทบาทที่จะต้องเปลี่ยนไป ความรับผิดชอบและทักษะใหม่ที่พนักงานควรมี โดยมากแล้วองค์กรจะเน้นการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับการจัดกิจกรรม Happy Workplace ต่าง ๆ ในองค์กรที่มาจากความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริง การสื่อสารการเปลี่ยนแปลงจะต้องใช้เวลาในการดำเนินการและควรจะเน้นการสื่อสารแบบสองทางในลักษณะตัวต่อตัว

ปีทมาวลัย รัตนพล (2552) กล่าวว่าหนึ่งในปรัชญาของการเปลี่ยนแปลงคือการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ “ต้องวางกลยุทธ์ในการสื่อสาร ไม่ใช่แค่เรียกประชุมแบบปกติทั่วไป ต้องคิดและวางแผนเป็นขั้นตอนจะมีกี่ครั้ง ทำแยกเป็นกลุ่ม ใครนำการประชุม วิธีการแต่ละกลุ่ม จะใช้วิธีเดียวกันไม่ได้ เช่น พนักงานระดับ

ล่างต้องใช้คำพูดที่ทำให้เขาสบายใจ ใช้คำพูดที่เป็นเทคนิค เพราะเขาจะรู้สึกกลัว อย่าไปทำให้การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องน่ากลัว และต้องไม่ลืมเตรียมรับมือกับคำถามที่จะทำให้ภาพเป็นบวกซึ่งสำคัญมาก นอกจากนั้นการสื่อสารยังต้องมีสื่อต่างๆ เสริม เช่น การติดโปสเตอร์ คำขวัญ คำนิยาม”

รูปแบบและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการสร้างองค์กร แห่งความสุข

การสื่อสารเพื่อการสร้างองค์กรแห่งความสุข องค์กรจะต้องพิจารณา รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับองค์กร โดยผู้เขียนจะสรุปชนิดของการสื่อสารเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในระดับต่างๆ ตามที่ Quirke (1995) ได้เสนอแนะไว้ดังนี้

การสร้างความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง : องค์กรควรสร้างบรรยากาศของการสื่อสารให้พนักงานได้รับทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง การทำจดหมายข่าว การประกาศบนบอร์ด การส่งอีเมลล์ เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการทางเดียวจากบนลงล่าง แจ้งให้พนักงานทราบถึงการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารแบบนี้มีจุดอ่อนที่พนักงานสามารถตีความจากข้อความที่ได้รับได้ไปต่างๆ นานา ตามประสบการณ์หรืออารมณ์ความรู้สึกของพนักงานในขณะนั้น

การสร้างความเข้าใจ : การประชุมผู้บริหาร หัวหน้าแผนก หัวหน้าฝ่าย หรือผู้นำทางความคิดในหน่วยงานแต่ละแผนกให้สามารถประชุมร่วมกันได้ เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการแบบสองทาง มีการอธิบายให้ข้อมูลมากกว่าการสื่อสารระดับแรก และสามารถตอบข้อซักถามได้เมื่อมีข้อสงสัย

การสร้างการยอมรับสนับสนุน : องค์กรอาจจัดการสัมมนา หรือจัดหลักสูตรอบรมเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจแนวคิดองค์กรสุขภาวะให้มีความเข้าใจตรงกันได้โดยใช้สื่อหลายๆ อย่างประกอบกัน เน้นในเรื่องของผลลัพธ์จากการทำกิจกรรมดังกล่าวและผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับ

การสร้างการมีส่วนร่วม : การประชุมทีม การประชุมข้ามสายงาน การประชุมเพื่อให้พนักงานให้ข้อมูลย้อนกลับโดยให้พนักงานแสดงความคิดเห็นย้อนกลับผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือช่องทางที่มีความสะดวกและเหมาะสมกับองค์กร เช่น การเขียนข้อเสนอแนะส่งกล่องรับความคิดเห็น การเขียนบอร์ดแสดงความคิดเห็น

การสร้างความผูกพันทางใจต่อการเปลี่ยนแปลง : การให้ข้อมูลที่ทันเหตุการณ์ การแก้ปัญหาของทีม การที่ผู้บริหารประชุมกับพนักงานทุกระดับเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานนำแนวคิดองค์กรสุขภาวะมาใช้จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

จากงานวิจัยของ Industrial Society (2001) พบว่าการบริหารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในองค์กรนั้น องค์กรส่วนใหญ่จะใช้การสื่อสารกับพนักงานในหลายรูปแบบควบคู่กันไปทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยพบว่าช่องทางที่องค์กรใช้ในการสื่อสารกับพนักงานมากที่สุดคือการประชุมทีมหรือการประชุมภายในแผนก ซึ่งเป็นการสื่อสารระดับการสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าช่องทางนี้คือการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการสื่อสารสองทางแบบตัวต่อตัว รองลงมาคือการประชุมเพื่อแก้ปัญหา การสอนงานและการเป็นพี่เลี้ยงให้กับพนักงานซึ่งเป็นการสื่อสารระดับการสร้าง ความผูกพันทางใจต่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังพบว่าองค์กรส่วนใหญ่มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการสื่อสารจากล่างขึ้นบนเป็นอย่างมาก

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อการสร้างองค์กรแห่งความสุข

Greenbaum , Jackson and McKeon (2007) ได้สรุปกรอบของการสื่อสารการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงแก่พนักงานต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและตรงไปตรงมา การรับฟัง

ข้อมูลจากพนักงานเพื่อนำมาปรับการบริหารการเปลี่ยนแปลงและกลยุทธ์การสื่อสารการเปลี่ยนแปลง การบริหารการเปลี่ยนแปลงโดยผู้บริหารนั้นสามารถเริ่มได้โดยการกำหนดเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงที่สามารถวัดได้ อีกทั้งความมุ่งมั่นเป็นตัวอย่างในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่จะส่งเสริมเป็นองค์กรสุขภาพได้ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลงของผู้จัดการหรือหัวหน้างานและพนักงานได้

Clampitt (2005) ได้เสนอการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ Iceberg Model โดยแบ่งการวางแผนออกเป็น 4 ระดับคือ การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร การออกแบบเชิงกลยุทธ์ วิธีการสื่อสารมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารต้องวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง การตีความข้อมูลของพนักงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ความเชื่อ ค่านิยมองค์กร สภาพอารมณ์ของพนักงาน ระบบการสื่อสารภายใน

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร องค์กรทำการวิเคราะห์ว่าพนักงานในองค์กรกลุ่มใดบ้างที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ผลกระทบแต่ละกลุ่มเป็นเช่นไร การต่อต้านที่อาจเกิดขึ้นจากกลุ่มแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไรแต่ละกลุ่มชอบช่องทางการสื่อสารแบบใด ใครมีบทบาทเป็นผู้นำทางความคิดของกลุ่ม

3. การออกแบบเชิงกลยุทธ์ องค์กรกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เป้าหมายการสื่อสารโดยรวมทั้งหมดตลอดจนประเด็นสำคัญที่จะนำมาใช้โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย

4. การสื่อสารองค์กรพิจารณาว่าช่องทางใดควรนำมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้เขียนเสนอว่าควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง เพราะพนักงานแต่ละกลุ่มมีการตอบสนองต่อช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน

โดยต้องกำหนดข้อความสำคัญ (key message) ที่ต้องการสื่อ เวลาในการสื่อ ใครควรจะเป็นผู้สื่อสาร และการประเมินกระบวนการสื่อสาร

ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพนั้น หากมีเป้าหมายที่ชัดเจนและครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จสอดคล้องกับแนวคิดของ Barret (2002) ว่าควรมีเป้าหมายดังนี้

- เพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการส่งข้อมูลที่มีความชัดเจนและสม่ำเสมอเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในประเด็นเรื่องวิสัยทัศน์ขององค์กร เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงมีผลอย่างไรต่อพนักงาน
- เพื่อโน้มน้าวใจให้พนักงานสนับสนุนทิศทางใหม่ขององค์กร
- เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทุ่มเทอย่างเต็มที่ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลง
- เพื่อลดความเข้าใจผิด จำนวนข่าวลือ ซึ่งอาจกระทบต่อการผลิต หรือ การดำเนินงานขององค์กร
- เพื่อหลอมรวมให้พนักงานเข้ามามีส่วนในเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

ผู้เขียนจึงได้นำเสนอแนวทางการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อการสร้างองค์กรแห่งความสุขซึ่งประกอบด้วย

1. วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการสร้างองค์กรแห่งความสุขจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่มีอยู่แล้ว เนื่องจากองค์กรต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอยู่แล้ว จึงต้องมีแผนการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงเมื่อเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ขึ้นเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ดังนั้น การสื่อสารเรื่องการสร้างองค์กรแห่งความสุขจึงสามารถเพิ่มเติมเข้าไปจากแผนการสื่อสารเดิมที่องค์กรมีอยู่แล้วได้อย่างเหมาะสม

2. การสนับสนุนของฝ่ายบริหาร ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลาง

มีบทบาทสำคัญในการสร้างบรรยากาศในช่วงของการเปลี่ยนแปลง โดยต้องเข้ามามีส่วนร่วมต่อการสื่อสารในทุกทิศทาง ทั้งนี้เพราะผู้บริหารเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะขึ้นนำทิศทางการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถดำเนินงานต่อไปได้ ด้วยเหตุที่การสร้างองค์กรแห่งความสุขนั้นเป็นสิ่งที่จะดำเนินงานโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงลำพังไม่ได้ เมื่อผู้บริหารพิจารณาถึงผลประโยชน์ของการสร้างองค์กรแห่งความสุขแล้วจะต้องเป็นผู้สนับสนุนและผลักดันให้พนักงานทุกระดับเกิดความเข้าใจและเห็นพ้องต้องกันในประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับจากการเป็นองค์กรแห่งความสุข เมื่อผู้บริหารแสดงบทบาทสนับสนุนอย่างเต็มที่แล้วพนักงานจะรู้สึกได้ถึงความมุ่งมั่นและเกิดความเชื่อใจ ไว้วางใจผู้บริหาร และยอมรับการเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้บริหาร ทำให้พนักงานเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติตาม

3. ข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มข้อความหรือสาระสำคัญที่ต้องการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานของแต่ละบุคคล ดังนั้นอาจจะต้องการปรับการใช้ภาษาให้มีความเหมาะสมเข้าใจง่ายกับพนักงานแต่ละระดับ และอาจต้องใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น พนักงานระดับปฏิบัติการอาจใช้ภาษาง่าย ๆ สื่อสารแบบเป็นกันเอง ส่วนหัวหน้างานอาจใช้วิธีการประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์ และชี้แจงบทบาทของหัวหน้างานเพิ่มเติม ซึ่งจะใช้วิธีการใด หรือข้อความใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะวัฒนธรรมองค์กรแต่ละแห่งที่จะต้องนำมาพิจารณาเป็นเงื่อนไขสำคัญ

4. ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์กรต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีทั้งหมดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มโดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทางระหว่างตัวต่อตัวมากกว่าสื่อชนิดอื่น ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของ Larkin and Larkin (1994) และ Holtz (2004) ที่กล่าวว่า การสื่อสารแบบตัวต่อตัวต้องเป็นสื่อหลัก

5. ฝ่ายที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารกับพนักงานโดยตรง ต้องเข้ามาอยู่ในฝ่ายบริหารที่รับผิดชอบเรื่องการบริหารการเปลี่ยนแปลงด้วย

6. การประเมินผลการบริหารการสื่อสารเพื่อการสร้างองค์กรแห่งความสุขอย่างต่อเนื่อง ต้องมีการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารในทุกขั้นตอนของการสื่อสารว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สนับสนุนให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้

7. การหลอมรวมการสื่อสารเข้ากับการจัดการการเปลี่ยนแปลง โดยการกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารไว้ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร

ผู้เขียนมีความเห็นสอดคล้องกับแนวคิดของ Barrett (2002 อ้างถึงใน บุนหา ไปชีว, ม.ป.ป.) ที่ได้เสนอว่าองค์กรควรมีการจัดตั้งทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กรรวมถึงตัวแทนฝ่ายที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารกับพนักงานโดยตรง โดยบุคคลที่คัดเลือกเข้ามาต้องเป็นผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจากเพื่อนร่วมงาน มีทักษะการสื่อสารที่ดี มีความจริงใจ เปิดรับฟังความคิดเห็น เห็นหน้าที่หลักของทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คือประเมินการสื่อสารที่บริษัทดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ดำเนินการปรับปรุงสิ่งที่ยังเป็นปัญหาด้านการสื่อสารของบริษัทและออกแบบ รวมทั้งดำเนินการเรื่องการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงโดยทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์นี้จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างบริษัทและพนักงาน (change ambassadors) ประสานงานการบริหารการเปลี่ยนแปลงเมื่อได้ทีมดังกล่าวนี้แล้ว ทีมนี้จะทำการประเมินการสื่อสารที่บริษัทดำเนินการอยู่ในปัจจุบันว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ในทุกๆ ด้านตั้งแต่วัตถุประสงค์ กระบวนการบริหารจัดการ ข้อความที่สื่อ สื่อที่ใช้ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการสื่อสาร ตลอดจนการประเมินช่องทางการสื่อสารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้อาจดำเนินการโดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการหรือพนักงานบางส่วนเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงสิ่งที่ปัญหาและเพื่อใช้ในการวางแผนการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงต่อไป หลังจากที่มีฝ่ายบริหารได้วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนแล้ว ก็จะเป็นหน้าที่ของทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 รอบ โดยในแต่ละรอบผู้เข้าอบรมต้องมีทั้งฝ่ายบริหารและพนักงาน รอบแรกจะเป็นการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้บริหารและ

พนักงานที่คัดมาส่วนหนึ่งทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลในเรื่องของวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ตลอดจนข้อความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นของผู้บริหารและพนักงานที่เข้ารับการอบรมว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เป็นสิ่งสำคัญและองค์กรต้องการการสนับสนุนของทุกคน ตลอดจนเพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับจากผู้เข้าอบรมรอบแรกเพื่อนำกลับไปปรึกษากับผู้บริหารในการวางแผนการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงและปรับการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการรอบที่สอง ซึ่งจะเป็นการจัดให้กับผู้บริหารและพนักงานทั้งองค์กรได้เข้าร่วมเป็นการเปิดตัวการเปลี่ยนแปลงทั้งองค์กร ซึ่งทีมอาจจะเลือกผู้นำทางความคิดที่ได้จากการอบรมรอบแรกมาช่วยในการสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานอื่นๆ ด้วย

ทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์มีหน้าที่ในการดำเนินการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงตามแผนและกรอบเวลาที่ได้วางไว้ อีกทั้งต้องติดตามและประเมินการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2-3 เดือนแรกของการบริหารการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างเช่น ถ้าพบว่ามีผู้บริหารระดับกลางซึ่งเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญยังไม่เข้าร่วมในกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มที่ ทีมต้องเข้าไปให้คำแนะนำช่วยเหลือทันที ทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมการสื่อสารภายในองค์กรให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อช่วยให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงดำเนินไปได้ด้วยดี สามารถสร้างการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงานตลอดจนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานใหม่ทั้งองค์กรต้องการ จะเห็นได้ว่าความสำเร็จในการทำงานของทีมสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับ การได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากผู้บริหารองค์กร

กรณีศึกษา

การสื่อสารเพื่อสร้างความสุขในองค์กร: บริษัทสลาแมนเดอร์จิวเวอรี่ จำกัด

การสื่อสารมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายว่ามีรูปแบบของการรับสื่ออย่างไรในการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ผู้เขียนจึงขอนำเสนอกรณีศึกษาจากองค์กรที่มีแนวทางในการสื่อสารในองค์กรอย่างเข้มแข็งและเป็นตัวอย่างของการกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรเห็นความสำคัญของการสร้างองค์กรแห่งความสุขให้เกิดขึ้น โดยมีตัวอย่างจากองค์กรที่ได้รับรางวัลจากโครงการพัฒนาองค์กรเพื่อก้าวไปสู่ Happy Workplace อย่างยั่งยืน จัดโดยสมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทยร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ โดยองค์กรได้รับรางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยม “ทีมงานแกร่ง องค์กรเลิศ” องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดและทำอะไรให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมตลอดจนเสียสละเพื่อองค์กรจนได้รับรางวัลนี้ บริษัทสลาแมนเดอร์ จิวเวอรี่ จำกัด จึงเป็นองค์กรตัวอย่างที่ผู้เขียนนำมาถ่ายทอด



รูปภาพที่ 1 รางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยม “ทีมงานแกร่ง องค์กรเลิศ” ของ บริษัทสลาแมนเดอร์จิวเวอรี่ จำกัด

ความเป็นมา

บริษัทสลาแมนเดอร์จีวเอร์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ 128/1 ม.7 ซอยวัดนครชื่นชุ่ม ถ.พุทธมณฑลสายสี่ ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จ.นครปฐม เริ่มดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี 1997 โดยปัจจุบันมีคุณ Thierry Chausse เป็นประธานกรรมการบริหาร ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตเครื่องประดับหลากหลายประเภท สร้อย จี้ จิว เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างประเทศและได้เปิดหน้าร้านจำหน่ายที่ถนนข้าวสารด้วยจึงเข้าถึงกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น และมุ่งมั่นพัฒนาระบบการบริหารงาน จนได้รับมาตรฐาน ISO9001 รับรองการบริหารงานองค์กรที่มีความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพและควมมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยได้รับมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมหรือ ISO 14001 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับทั้งในเชิงพาณิชย์และสังคม เนื่องจากการดำเนินการของระบบจะช่วยให้องค์กรสามารถวางนโยบายและวัตถุประสงค์ กำหนด กฎระเบียบต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงองค์กรสามารถควบคุมและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันอาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดจนกระบวนการทำงานอื่น ๆ ได้ และยังได้มาตรฐาน OHSAS 18001 ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการจัดการปัญหาความปลอดภัยและสุขภาพเกี่ยวกับอาชีพ จากรางวัลมาตรฐานต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายของบริษัทที่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทั้งองค์กรและบุคคลอย่างต่อเนื่อง



รูปภาพที่ 2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทสลาแมนเดอร์จิ๋วเวอร์จำกัด

จุดเริ่มต้น

จากความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้าและการพัฒนาบุคลากรทำให้บรรยากาศในการทำงานค่อนข้างเครียดและกดดันทำให้พนักงานไม่มีความสุขในการทำงานสังเกตได้จากบรรยากาศการทำงานและคุณภาพของสินค้า ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาองค์กร (Organization Development) ได้รับทราบข้อมูลจากเครือข่ายงานบริหารงานบุคคลว่าสมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทยได้จัดงาน Happy Workplace จึงได้ไปร่วมงานและเห็นประโยชน์ของการเข้าร่วมโครงการที่มุ่งสร้างความสุขให้คนในองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ของบริษัท จึงได้สมัครเข้าร่วมโครงการกับสมาคมฯ โดยสมาคมฯ จะเป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินงานระยะแรกในด้านขององค์ความรู้ รูปแบบการดำเนินการ หลังจากนั้นบริษัทจึงได้นำไปดำเนินการต่อโดยเริ่มจัดตั้งคณะทำงานภายใต้ชื่อ จิตอาสา โดยเป็นบุคลากรที่มาจากฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรร่วมกันดำเนินงาน

ก้าวเดินสู่เป้าหมาย

เนื่องจากแนวคิด Happy Workplace เป็นเรื่องใหม่สำหรับองค์กรโดยที่ผ่านมามีบริษัทได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากมายหลาย โดยผู้บริหารให้การสนับสนุนและคิดว่าจะมีความใกล้เคียงกับแนวคิด Happy Workplace ที่น่าจะนำมาต่อยอดได้ จึงได้ริเริ่มจัดตั้งคณะทำงานโดยเป็นกลุ่มพนักงานจิตอาสาที่ต้องการ

จะผลักดันและเผยแพร่แนวคิด Happy Workplace ในบริษัทให้เป็นรูปธรรมมากที่สุดประกอบกับในช่วงปี 2554 เกิดเหตุอุทกภัยทำให้บริษัทถูกน้ำท่วมและเครื่องจักรได้รับความเสียหาย จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการแสดงออกซึ่งความรักและห่วงใยในบริษัท จึงทำให้การเริ่มดำเนินงาน Happy Workplace ในบริษัทมีทิศทางที่ชัดเจน และมีจุดร่วมเดียวกันคือการทำเพื่อบริษัทอันเป็นที่รักของชาวสลาแมนเดอร์ทุกคน โดยมุ่งหวังที่จะให้บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาองค์กรทั้งด้านการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการบริหารงานบุคคลที่เหมาะสม เน้นการสร้างให้คนมีความสุขในการทำงานและรักองค์กร

ต่อยอดจากพื้นฐานเดิม

อุทกภัยที่บริษัทประสบก่อให้เกิดความเสียหายแก่เครื่องจักร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้าส่งออกและมากกว่านั้นคือส่งผลกระทบต่อตัวพนักงานเองที่ไม่ได้มาทำงานและอาจก่อให้เกิดการขาดรายได้ พนักงานเองต่างทราบดีกว่า ในสถานะเช่นนี้สิ่งที่ทำให้บริษัทสามารถกลับมาดำเนินงานได้โดยเร็วคือความร่วมมือร่วมใจกันเท่าที่จะสามารถทำได้ จากการให้ข้อมูลของผู้จัดการฝ่ายพัฒนาองค์กร (Organization Development) ภาพบรรยายกาศของพนักงานที่มาช่วยกันขนเครื่องจักร อุปกรณ์ออกจากบริเวณที่น้ำท่วม พนักงานบางส่วนที่รับผิดชอบงานบรรจุสินค้าส่งออกก็ยังคงตั้งใจที่จะกลับมาทำหน้าที่ของตนเองให้เรียบร้อย โดยทุกคนต่างหวังจะให้สินค้าได้ส่งออกไปยังลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา ส่วนหนึ่งทำหน้าที่ขนของหนีน้ำ ส่วนหนึ่งยังคงทำหน้าที่ของตนเองอย่างเข้มแข็งแสดงให้เห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความรักในองค์กรเป็นอย่างมาก จึงไม่ยากหากจะทำให้ภาพฝันขององค์กรเป็นจริงได้หากได้มีการชี้แจงให้ทราบประโยชน์และเป้าหมายที่ชัดเจนของการนำแนวคิด Happy Workplace มาปรับใช้在公司



รูปภาพที่ 3 อุทกภัยที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานของบริษัทเมื่อปลายปี พ.ศ. 2554

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาองค์กร (Organization Development) ได้เล็งเห็นประโยชน์ของการนำเอา Happy Workplace มาสนับสนุนการทำกิจกรรมที่มีมาก่อนแล้ว โดยมุ่งหวังให้ตัวแทนพนักงานได้เข้ามาเป็นคณะทำงานที่จะนำเอาแนวคิดนี้มาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมและทำให้พนักงานเข้าใจว่าสิ่งที่กำลังดำเนินการอยู่นี้จะมีประโยชน์กับตัวพนักงานและส่งผลดีต่อองค์กรอย่างไรบ้าง โดยทำให้พนักงานรู้สึกเห็นคุณค่าของตนเองว่ามีความสำคัญกับองค์กร โดยได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทและผู้บริหารที่ต้องการให้มีการพัฒนาองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาพนักงานให้มีความสุขในการทำงานโดยบริษัทได้ดำเนินการให้มีการจัดตั้งคณะทำงานที่เป็นพนักงานจากทุกแผนกที่มีจิตอาสาและอยากจะเผยแพร่แนวคิด Happy Workplace มีความมุ่งมั่นที่จะชี้แจงให้เห็นถึงประโยชน์ ผลลัพธ์ของการทำ Happy Workplace ต่อองค์กรและต่อตัวพนักงาน จึงได้เกิดคณะทำงานขึ้นมาร่วมกันรับทราบทิศทางการทำงาน โดยได้ร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้เป็นภาพฝันที่ต้องการให้เกิดขึ้น

สื่อสารอย่างหลากหลายและทั่วถึง

ปัญหาที่บริษัทมักประสบคือ พนักงานไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารทั่วไป การแจ้งกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งอาจมีหลายสาเหตุเช่น พนักงานไม่เข้าใจภาษาไทย สื่อที่ใช้ยังไม่ทั่วถึง ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารกับพนักงานบางกลุ่มอาจต้องใช้

วิธีการอื่น ๆ เนื่องจากบริษัทมีพนักงานหลากหลายเชื้อชาติ เพศ อายุ ดังนั้นการสื่อสารจึงต้องมีการวางแผนปรับปรุงอยู่เสมอ เนื่องจากมักประสบปัญหาในการสื่อสาร เช่น พนักงานต่างชาติไม่เข้าใจเนื้อหาที่ทำการสื่อสาร ไม่มีสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พนักงานบางส่วนอ่านเขียนภาษาไทยไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการออกแบบข้อความหรือสาระสำคัญที่ต้องการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มย่อยมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงควรปรับการใช้ภาษาให้มีความเหมาะสมเข้าใจง่ายกับพนักงานแต่ละระดับ และใช้วิธีการที่หลากหลาย

พนักงานต่างชาติที่ไม่เข้าใจภาษาไทยส่วนใหญ่เป็นพนักงานพม่าบริษัทจึงได้คัดเลือกตัวแทนพนักงานพม่าที่สามารถสื่อสารและเข้าใจภาษาไทยได้ชัดเจน มาร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสารและให้เป็นคณะทำงานร่วมในการที่จะสื่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังเพื่อนพนักงานชาวพม่าให้เข้าใจตรงกัน เป็นการเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด ในขณะเดียวกันก็มีพนักงานจิตอาสาที่มาจากทุกแผนกเข้ามาเป็นผู้ช่วยในการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มพนักงานที่ไม่สามารถอ่านหรือเขียนภาษาไทยได้เข้าใจข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องครบถ้วนเช่นกัน โดยจะไม่ให้ตัวแทนเพียงคนเดียวแล้วไปสื่อสารทุกแผนก เพื่อป้องกันปัญหาจากการสื่อสารที่ไม่ทั่วถึง สำหรับพนักงานบางกลุ่มจำเป็นต้องเข้าไปสื่อสารด้วยตนเอง พูดคุยอย่างใกล้ชิด ชี้แจงอย่างละเอียดจึงจะให้เข้าใจตรงกันโดยคณะทำงานจิตอาสาจะเป็นผู้ดำเนินการเอง

วิธีการสื่อสารที่บริษัทใช้ยังคงต่อยอดจากการใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ในบริษัทแต่จะให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการออกแบบเนื้อหาของสื่อที่จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทยและต่างชาติจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาพม่า โดยช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพบริษัทใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีทั้งหมดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มโดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทาง ตัวต่อตัวมากกว่าสื่อชนิดอื่นโดยการจัดอบรมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน Happy Workplace เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกันทั้งในระดับผู้บริหาร หัวหน้า

ฝ่ายต่าง ๆ และกลุ่มพนักงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและสามารถปฏิบัติได้ตามแนวทางการสร้างองค์กรแห่งความสุขของบริษัท ทั้งการสนับสนุนการเป็นแบบอย่างที่ดี การให้ความร่วมมือ เป็นต้น ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ได้แลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาระสำคัญจากการสื่อสารเรื่อง Happy Workplace ที่ได้ทำการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ไปแล้ว และจะได้เป็นการประเมินผลการใช้สื่อต่าง ๆ ด้วยว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

ตัวอย่างสื่อและวิธีการที่ใช้

1. การประกาศบนเวทีที่โรงอาหารในช่วงเวลาพักกลางวัน



รูปภาพที่ 4 การประกาศข่าวสารต่าง ๆ ในช่วงพักกลางวัน

2. การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับ Happy Workplace และมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามจากบอร์ด



รูปภาพที่ 5 ตัวอย่างการจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับ Happy Workplace

3. จัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายในเป็นประจำทุกเดือน



รูปภาพที่ 6 วารสารประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับกิจกรรม Happy Workplace

4. จัดทำป้ายไฟวิ่งแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์



รูปภาพที่ 7 ป้ายไฟวิ่งแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาพม่า

5. จัดรายการวิทยุผ่านเสียงตามสายและรายการสด



รูปภาพที่ 8 การจัดรายการวิทยุสด

6. กิจกรรม Morning Talk ทุกเช้าวันพุธก่อนเริ่มงาน

คณะทำงาน Happy Workplace ของบริษัทสลาแมนเดอร์จิ๋วเวิร์ก จำกัด มีข้อเสนอแนะแก่องค์กรที่สนใจที่จะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพโดยสังเขป ดังนี้

1. การสื่อสารทุกประเภทควรสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสื่อแต่จะต้องมีความชัดเจนในเนื้อหาวัตถุประสงค์ของสารที่ต้องการส่งว่าต้องการให้เกิดอะไรขึ้น สิ่งที่เราควรคำนึงถึงในการสร้างสื่อให้น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายสนใจการอ่าน บอร์ดข่าวสาร หรือชอบอ่านวารสาร ชอบฟังข่าวจากวิทยุ ในบริษัทจะมีการจัดรายการวิทยุผ่านเสียงตามสายและจัดรายการวิทยุสด โดยนำเรื่องที่ต้องการสื่อสารมาแทรกเป็นประเด็นพูดคุยในรายการ และยังเปิดเพลงให้พนักงานฟังด้วย ในระหว่างพักกลางวัน อีกจุดหนึ่งที่สามารถสร้างความน่าสนใจให้การสื่อสารได้คือตัวของผู้ส่งสารเองหากเป็นคนที่มีความตื่นตัว บุคลิกเป็นกันเอง สนุกสนาน สามารถพูดคุยสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลาย มีความสนุกสนาน ตลกอยู่ด้วย จะทำให้พนักงานเกิดความผ่อนคลายและสนใจรับฟังข้อมูลข่าวสาร

2. การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวสารจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ จัดรูปแบบให้น่าสนใจใช้รูปภาพสื่อสาร ผู้จัดทำสื่อควรมีความสามารถในการสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาวิชาการนำเสนอออกมาให้เป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย และทำการกระตุ้นความสนใจที่จะอ่านข้อมูลข่าวสารนั้นด้วยการจัดกิจกรรมเสริมคือ การร่วมตอบคำถามจากบอร์ดประชาสัมพันธ์นั้น ๆ

3. การสื่อสารหากองค์กรใดได้ใช้ช่องทางการสื่อสารครบถ้วนทุกประเภทที่องค์กรมีแล้ว อย่าลืมที่จะต้องให้ผู้บริหาร ระดับกลาง เช่น หัวหน้างาน หัวหน้าแผนก หัวหน้าฝ่าย เป็นผู้กระตุ้นการสื่อสารให้ทั่วถึงเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารระดับกลางเหล่านี้ของบริษัทได้ผ่านการอบรมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม Happy Workplace แล้ว ดังนั้นเมื่อพนักงานยังไม่เข้าใจ หรือยังไม่ให้ความร่วมมือ หัวหน้าสามารถชี้แจงให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ โดยบูรณาการร่วมกับการใช้สื่อต่าง ๆ ที่บริษัทได้จัดทำขึ้นแล้ว

4. การจัดตั้งคณะทำงานในการทำกิจกรรมใด ๆ มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ก็ตามในบริษัทล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของทุกส่วนไม่มากก็น้อย แต่เมื่อทุกคนมาทำงานร่วมกันแล้ว การดำเนินงานใด ๆ ก็ตามจำเป็นที่จะต้องรับทราบข้อมูลให้ครบถ้วน ถูกต้องทั่วถึงกัน บริษัทจึงเห็นความสำคัญของการจัดตั้งทีมคณะทำงาน Happy Workplace ที่จะทำหน้าที่ในการจัดกิจกรรม รวมถึงการสื่อสารเรื่อง Happy Workplace ด้วย โดยมีหลักคิดในการคัดเลือกทีมงานดังนี้

- เป็นตัวแทนที่มาจากฝ่าย แผนก ต่าง ๆ ของบริษัทอย่างครบถ้วน หรือให้ครอบคลุม หลากหลายมากที่สุด
- เป็นผู้ที่มีใจรักในการทำงานบริการผู้อื่น มีทัศนคติที่ดีต่อการสละเวลา มาทำงานเพื่อส่วนรวมและเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน หรือ มีพฤติกรรมเป็นแบบอย่างที่ดี
- เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดีหรือหากยังไม่ดีแต่มีความมุ่งมั่น สนใจจริง บริษัทยินดีจัดการอบรมพัฒนาทักษะในการสื่อสารเพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาพนักงานของบริษัท

unสรุป

การสื่อสารในองค์กรนับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร และทีมสร้างสุของค์กร ที่ควรใช้ไปพร้อม ๆ กับการบริหารจัดการด้านอื่น ๆ เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร ซึ่งมีงานวิจัยจากหลายประเทศยืนยันว่าการสื่อสารภายในองค์กรสามารถช่วยผลักดันการเปลี่ยนแปลงองค์กรท่ามกลางการแข่งขันที่สูงเช่นในปัจจุบัน จนสามารถที่จะนำพาองค์กรอยู่รอดและมีความก้าวหน้าต่อไปได้ การได้รับความร่วมมือจากบุคลากรเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารภายในองค์กรประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพเพราะเกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและบุคลากรในทุกระดับ

ตลอดจนบุคคลภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อสื่อสารที่จะทำให้สมาชิกทุกคนขององค์กรร่วมมือกัน เพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นทีมสร้างสุขขององค์กร ควรรู้จักใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ และส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เกี่ยวข้อง จึงจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารที่ดีเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมถึงการสร้างความสุขขององค์กร อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือ และการประสานงานที่ดี ด้วยแผนงานต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และตรงตามเป้าหมาย การสื่อสารที่ดีจึงเป็นกลยุทธ์ที่จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลสำเร็จแก่องค์กร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ใช้วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ในการกระตุ้นพลังในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กรเพื่อให้สามารถร่วมกันนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างสูงสุด

ทั้งนี้ผู้เขียนมีข้อคิดเห็นเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร ซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยมีมุมมองใน 2 ประเด็นดังนี้

1. การออกแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ด้วยความหลากหลายของบุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องทำอย่างหนึ่งที่จะต้องทำการสื่อสารให้บุคลากรได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึง ดังนั้นการออกแบบสื่อที่ใช้ และเนื้อหาของสารที่จะใช้ จึงควรมีความหลากหลายไปตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นการสื่อสารไปยังพนักงาน หัวหน้างาน หรือผู้บริหาร ซึ่งจะต้องเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มคนเหล่านั้นสารเดียวกัน แต่ออกแบบโดยใช้สื่ออย่างไรให้เข้าใจตรงกัน สำหรับผู้รับสื่อแต่ละระดับ

2. การสื่อสารมีทั้งวัจนภาษา (ภาษาพูด ภาษาเขียน สื่อต่าง ๆ) และอวัจนภาษา (การสื่อสารด้วยท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้า แววตา) การสื่อสารในองค์กรหากสามารถส่งเสริมให้มีการสื่อสารด้วยอวัจนภาษาที่พึงประสงค์ เช่น

การตอบรับความเข้าใจในสารที่ส่งมาด้วยการแสดงความสนใจ กระตือรือร้น การพยักหน้ารับทราบ เห็นด้วย จากกรณีศึกษาบริษัทสลาแมนเดอร์ จิวเวลรี่จำกัด ยังได้มีการจัดกิจกรรมวันกอด ซึ่งกำหนดให้ทุก ๆ วันศุกร์ พนักงานและผู้บริหาร สามารถสวมกอดกันได้ โดยเป็นกิจกรรมที่ต้องการสื่อความรู้สึก ห่วงใย ให้กำลังใจ แก่พนักงานด้วยตนเอง และให้กับผู้บริหาร อาจกล่าวได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้ทุนในการดำเนินงาน แต่ใช้ทุนกำลังใจจากพนักงานและผู้บริหารที่มีอยู่แล้ว มาทำการสร้างบรรยากาศในบริษัทให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น เป็นการสื่อสารที่ได้ผลตอบรับ และผลลัพธ์ที่ดีเกินความคาดหมาย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการสื่อสารจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการองค์กร การสร้างความสุขในองค์กร หากไม่สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสาร มาใช้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพแล้ว อาจไม่สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

บรรณานุกรม

- กริช สืบสนธิ์. (2538). *วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). *การสื่อสารรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม*. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์ริ้วเขียว.
- บุหงา โปธิว. (มปป.). *การบริหารการเปลี่ยนแปลง: บทบาทของการสื่อสารภายในองค์กร*, 10 มิถุนายน 2557. <http://www.utcc.ac.th/thesis/academic-week/2553/huminitities/bunga.pdf>
- ปัทมาวลัย รัตนพล. (2552). สัมภาษณ์โดย รัชฎาทิพย์ อุปลัมภ์ประชา. “*Special Interview: 3 มุมมอง 3 ปฏิบัติการ การเปลี่ยนแปลงในภาวะวิกฤต.*” วารสารการบริหารคน ปีที่ 30 ฉบับที่ 3/2552.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2539). *พจนานุกรม พ.ศ. 2525*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

- รุ่งรัตน์ ปิ่นสุวรรณ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาองค์กร (Organization Development) บริษัทสลาแมนเดอร์ จิวเวอรี่จำกัด. 17 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.
 วนาวลัยย์ ดาดี. (2555). *การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร*, 8 มิถุนายน 2557.
<http://www.nupress.grad.nu.ac.th/journal/index.php/NUJournal/article/download/39/41>
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- สุนงา ตันวงศ์วาล. (2552). สัมภาษณ์โดย รัชฎาธิพย์ อุภัมภ์ประชา. “*Special Interview: 3 มุมมอง 3 ปฏิบัติการ การเปลี่ยนแปลงในภาวะวิกฤต.*” วารสารการบริหารคน ปีที่ 30 ฉบับที่ 3/2552.
- Argenti, P. (2009). *Corporate Communication*. Singapore : Mc Graw Hill.
- Clampitt, P.G. 2005. *Communicating for Managerial Effectiveness*. 3rd ed. Thousand Oaks, California: Sage.
- Elving, W.J. (2005). *The role of communication in organisational-change*. *Corporate Communications: An International Journal*, Retrieved June 8, 2014, from, http://www.researchgate.net/publication/241985664_The_role_of_comm
- Jennifer Waldeck. (2012). *Communication in a Changing World: Contemporary Perspectives on Business Communication Competence : Journal of Education for Business*, Retrieved June10, 2014, from http://technologyinbusiness.weebly.com/uploads/2/6/4/7/26475517/communication_in_a_changing_world.pdf
- Lewis, P. V. (1987). *Organizational Communication: the Essence of Effective Management* (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.

- Quirke, B. (1995). *Communicating Change*. London: McGraw-Hill Book Company.
- Schermerhorn, J.R. 2005. *Management*. 8th ed. New York: John Wiley&Son
- Welch, M. & Jackson, P.R. (2007). *Rethinking internal communication: a stakeholder approach*. *Corporate Communications: An International Journal*, 12, 177-198

สื่อสังคมออนไลน์:

เครื่องมือขับเคลื่อนองค์กรสุขภาวะของทีมงานสร้างสุของค์กร

ฉัตรลัดดา เลิศจิตรการุณ

บทนำ

การติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน เราจะเห็นได้ว่าผู้คนนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์เรื่องราวต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอีกด้วย จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2556 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน, 2556, หน้า 17-18) ได้ระบุว่า สำหรับพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศจำนวน 23,907 คน พบว่า ภายในระยะเวลา 12 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76.3 และในการสำรวจครั้งนี้มีถึงร้อยละ 9.0 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีชั่วโมงการใช้งานต่อสัปดาห์สูงถึง 105 ชั่วโมง ในด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ใช้มีแนวโน้มหันมาใช้อุปกรณ์ที่สามารถพกพาไปได้ทุกที่ ทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เป็นต้น นอกจากนี้ กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่กำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น ได้แก่ การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่กิจกรรมหลักยังคงเป็นการรับส่งอีเมล และการค้นหาข้อมูลเช่นเดิม

จากรายงานดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพในการใช้งานมากและรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อีกทั้งผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการตอบโต้ข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ สามารถสร้างข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันได้ทั้งระดับปัจเจกบุคคลและระดับกลุ่ม ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ขึ้น โดยสังคมออนไลน์ช่วยให้คนสามารถรู้จักกัน จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้และความสนใจร่วมกัน เมื่อสื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่ผู้คนในสังคมปัจจุบันนิยมกันมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายใน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับภายนอกมากขึ้น เพื่อให้การกระจายข่าวสารครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ผู้เขียนสังเกตได้ว่า ในการเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้หรือแนวคิดองค์กรสู่ภาวะ (Happy Workplace) ด้วยความสุข 8 ประการ ของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งมีภาคเครือข่ายจากสภาอุตสาหกรรม จังหวัด สมาคม หรือองค์กรต่าง ๆ ที่นำแนวคิดดังกล่าวไปขับเคลื่อนโครงการสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะในระยะแรกนั้น จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและนำแนวคิดนี้ไปปฏิบัติ โดยผู้เขียนคิดว่าช่องทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วคือ สื่อสังคมออนไลน์ นั่นเอง โดยเฉพาะในการดำเนินงานโครงการฯ ทั้งในระดับโหนด (Node) หรือระดับองค์กรที่อยู่ในระยะเริ่มแรก จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่ทรงอิทธิพลอย่างสื่อสังคมออนไลน์กระจายข้อมูลข่าวสารและโน้มน้าวให้องค์กรและคนในองค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้สนใจและเกิดความรู้ในการสร้างองค์กรแห่งความสุขร่วมกัน นอกจากนี้จะเป็นเครื่องมือช่วยสร้างกระแสในเรื่องแนวคิดองค์กรสู่ภาวะแล้ว ยังเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ทีมสร้างสุขขององค์กรระดับโหนดและระดับองค์กรสามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างสะดวกสบาย เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายของตนเองอีกด้วย เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างทีมสร้างสุของค์กรและกลุ่มเป้าหมายได้มีโอกาสพูดคุยกันอย่างใกล้ชิด สามารถปรึกษาหารือในการดำเนินงาน หรือแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์กรแห่งความสุขระหว่างกันได้โดยง่ายขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนยังมองอีกว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ยังมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะนอกเหนือจากที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่จะช่วยค้นหาองค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กรสุขภาวะ แนวทางปฏิบัติที่ดีจากไหน หรือองค์กรที่ได้ดำเนินงานด้านนี้และประสบความสำเร็จมาเป็นต้นแบบในการดำเนินงาน เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือให้ทีมสร้างสุขได้ใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์แนวคิดองค์ความรู้เรื่องการสร้างองค์กรแห่งความสุข และการดำเนินงานในแต่ละระยะไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ทางหนึ่งด้วย เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และ ไลน์ (Line) เป็นต้น โดยอาจนำไปใช้งานร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อกระจายข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ในวงกว้างและสามารถให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานดังกล่าวได้ติดตามความเคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะและการสร้างเครือข่ายผ่านสื่อดังกล่าว เพื่อแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้แนวคิดการสร้างองค์กรแห่งความสุขตามกรอบความสุข 8 ประการ จนถึงผลลัพธ์จากกลุ่มเป้าหมายที่ได้นำความรู้้องค์กรสุขภาวะจากสื่อสังคมออนไลน์ไปปรับใช้เพื่อการขับเคลื่อนงานสร้างสุขในองค์กรหรือโครงการสร้างเสริมสุขภาวะ บทความนี้จะนำเสนอให้เห็นภาพรวมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญและเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายจากส่วนกลาง องค์กรและไหนดจากจังหวัดต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะมาวิเคราะห์ให้เห็นถึงกระบวนการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้รวมถึงบทบาทสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้การดำเนินงานสร้างเสริม

สื่อสังคมออนไลน์:

เครื่องมือขับเคลื่อนองค์กรสู่ภาวะของทีมสร้างสุของค์กร

องค์กรสุภาพะประสบความสำเร็จ จนกระทั่งกลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญที่สามารถเป็นช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภาคีเครือข่ายต่าง ๆ อย่างบูรณาการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อภาคีเครือข่ายที่จะได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนงานองค์กรสุภาพะได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากยิ่งขึ้น

สื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างสุขในองค์กร

สังคมการทำงานที่อยู่ในยุคแห่งการสื่อสารเช่นปัจจุบันนี้ เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า การทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงเพื่อมอบหมายงาน สร้างความเข้าใจร่วมกันถึงเป้าหมายการทำงาน การสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือเจ้านาย รวมไปถึงบุคคลภายนอกองค์กร ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่า ในกระบวนการสื่อสารเหล่านี้ได้นำสื่อออนไลน์มาใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนทำงานด้วยกัน เช่น การพูดคุยนัดหมายเรื่องงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กรให้พนักงานได้รับทราบ หรือจะเป็นการใช้เพื่อพูดคุยเรื่องทั่วไป เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานด้วยกันหรือพนักงานกับหัวหน้า เป็นต้น เนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้แนวคิด หรือการติดต่อพูดคุยกัน นับว่าเป็นช่องทางที่เห็นผลตอบกลับ (Feedback) จากผู้รับสารอย่างรวดเร็ว ทันสถานการณ์ในช่วงเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้นจริง (Real Time) และมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) ผู้รับสารสามารถตอบโต้กับผู้ส่งสารได้ทันที จึงทำให้ได้รับความนิยมและการตอบรับเป็นอย่างมาก

ในการขับเคลื่อนงานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุภาพะก็ได้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นช่องทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับโหนดและองค์กร หรือองค์กรกับพนักงาน เพื่อติดต่อสื่อสารความเคลื่อนไหวการดำเนินโครงการฯ การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ การแชร์ภาพกิจกรรมที่ได้จัดทำไปแล้ว

การพูดคุยแลกเปลี่ยนในเรื่องการสร้างองค์กรแห่งความสุขร่วมกัน รวมไปถึงการเผยแพร่ความรู้แนวคิดการเสริมสร้างองค์กรสุขภาวะต่าง ๆ ให้เป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้ดำเนินงานหรือที่เราเรียกว่าทีมสร้างสุของค์กร จนกระทั่งกลายเป็นกลุ่มสังคมที่ขยายพื้นที่ได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว และคนในกลุ่มนั้นก็ได้นำความรู้แนวทางที่มีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันไปปรับใช้ในการดำเนินโครงการและกิจกรรมสร้างสุขตามบริบทของตนเองต่อไป

ทีนี้เราลองมาทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์กันก่อน โดย **สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)** เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่าเว็บ 2.0 (Web 2.0) คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ (Williamson and Andy, 2013 :9 อ้างถึงใน แสงเดือน ผ่องพุ่ม, 2556) ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้น

นอกจากนี้คุณลักษณะหรือขอบข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ที่เห็นได้ชัดและน่าสนใจมีดังนี้ (Piet Kommers, 2011)

1. เป็นสื่อสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม (Media for Social Interaction)

สื่อสังคมออนไลน์ ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของสังคมมนุษย์ผ่านสื่อเทคโนโลยีที่เห็นได้ชัด เช่น การสร้างสัมพันธภาพความเป็นมิตรของกลุ่มเยาวชนวัยรุ่น และการสร้างเครือข่ายด้านอาชีพหรือการค้าพาณิชย์ ซึ่งปฏิสัมพันธ์ของสื่อสังคมออนไลน์ได้มีการพัฒนารุดหน้าอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

2. เป็นสื่อแห่งสังคมเครือข่าย (Networked Communities)

ความโดดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์คือการที่ผู้ใช้สามารถค้นหาหรือติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ ซึ่งการติดต่อสื่อสารนี้จะช่วยรวมกลุ่มคนที่ทั้งรู้จักกันและไม่รู้จักแต่มี

ความสนใจที่เหมือนกันได้ ได้พูดคุยกัน เช่น กลุ่มเพื่อนเก่า เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มที่ทำกิจกรรมเดียวกัน เป็นต้น จนกระทั่งกลายเป็นเครือข่ายและสามารถสร้างความเชื่อมโยงเครือข่ายไปได้ทุกหนทุกแห่ง ก่อให้เกิดสัมพันธภาพแห่งความเป็นมิตรทางสื่อสังคมออนไลน์

3. เป็นสื่อแห่งการสร้างความสัมพันธ์ข้ามมิติ (Intercrossing Relationships) ในสังคมโลกมีสภาพการณ์ทางสังคมที่แตกต่างหลากหลายในมิติต่าง ๆ ทั้งเชิงสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างความสัมพันธ์ข้ามมิติเหล่านี้ได้ จะเห็นได้ว่า คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้และเข้ามารวมกลุ่มกันได้ หากมีความคิดเห็นหรือความชอบที่เหมือนกัน ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นรวมไปจนถึงความรู้ระหว่างกันได้ เช่น กลุ่มคนเล่นกีฬา กลุ่มคนเล่นดนตรี เป็นต้น

ทั้งนี้ได้มีการแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นหลายรูปแบบ ตามลักษณะการใช้งานหรือให้บริการ ดังนี้ (เชมณัฐ มิ่งศิริธรรม, 2556, หน้า 73-80)

1. บล็อก (Blog) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้งานบนเว็บไซต์มีลักษณะเหมือนกับเว็บบอร์ด ผู้ใช้บล็อกสามารถเขียนบทความของตนเองและเผยแพร่ลงบนอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย เปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ เผยแพร่ความรู้ด้วยการเขียนได้อย่างเสรี เช่น Learners, Gotoknow , wordpress, blogger เป็นต้น

2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้เขียนและอธิบายความสนใจหรือกิจกรรมที่ทำ เพื่อเชื่อมโยงความสนใจและกิจกรรมกับผู้อื่นในเครือข่ายสังคมด้วยการสนทนาออนไลน์ เป็นต้น เช่น Facebook, Google+, Linkdin เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ Facebook

3. ไมโครบล็อก (Micro Blog) เป็นรูปแบบหนึ่งของบล็อก ที่จำกัดขนาดของข้อความที่เขียน ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความสั้น ๆ เช่น Twitter, Weibo,

tumblr เป็นต้น โดย Twitter เป็น Micro Blog ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด สามารถเขียนข้อความแต่ละครั้งได้เพียง 140 ตัวอักษร

4. เว็บไซต์ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดรูปภาพ เพิ่มข้อมูล เพลง หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น YouTube, Flickr, 4 shared, Instagram เป็นต้น

5. Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้งานเป็นผู้ส่งและสามารถให้คะแนนและเลือกบทความหรือเนื้อหาใดที่น่าสนใจที่สุดได้ ผู้ใช้งานสามารถ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบได้ รวมทั้งยังแบ่งปันผู้อื่นได้ด้วย

Social News เป็นเว็บไซต์กลุ่มข่าวสารที่ผู้ใช้งานสามารถส่งข่าว โดยผสม social bookmarking บล็อกและการเชื่อมโยงเนื้อหาเว็บเข้าด้วยกัน และมีการกรองคัดเลือกเนื้อหาในลักษณะการร่วมลงคะแนนที่ทุกคนให้เท่าเทียมกัน เนื้อหาข่าวและเว็บไซต์จะถูกส่งเข้ามาโดยผู้ใช้ จากนั้นจะถูกเลื่อนให้ไปแสดงที่หน้าแรกผ่านระบบการจัดอันดับโดยผู้ใช้ ซึ่งข่าวอาจอยู่ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต การบอกเล่าเรื่องราวของบุคคลอื่น หรือกลุ่มคน Social Media ชนิดนี้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น Current TV, หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น

Social Bookmarking เป็นบริการบนเว็บไซต์สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยการแบ่งปันการค้นคว้าไว้บนเว็บไซต์ผู้ให้บริการ เพื่อรวบรวม จัดเก็บ แบ่งหมวดหมู่ สืบค้น และโดยเฉพาะเพื่อการแบ่งปันเว็บไซต์หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์แก่คนอื่น ๆ ที่สนใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Social News เช่น Digg เป็นต้น

ขณะที่ผู้เขียนได้มองว่าสื่อสังคมออนไลน์บางสื่อสามารถใช้ได้มากกว่าหนึ่งประเภท เช่น Facebook เป็นทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์และสามารถแบ่งปันรูปภาพและภาพเคลื่อนไหวได้ หรือ Twitter ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์และไม่โครบล็อก เป็นต้น

จากการศึกษาผู้เขียนได้พิจารณาประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะทั้งจากโครงการจากส่วนกลาง (สสส.สำนัก 8) โครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะระดับโหนดที่มีสภาอุตสาหกรรม สมาคม สมาพันธ์ ต่างๆ ซึ่งเป็นที่นิยมใช้มากที่สุดและเห็นความเคลื่อนไหวการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคีเครือข่ายด้วยกัน สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางจำแนกประเภทสื่อสังคมออนไลน์ของโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ และภาคีเครือข่าย

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	ช่องทางการสื่อสาร	ตัวอย่าง
1. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking)	เว็บไซต์, เฟซบุ๊ก โดยสื่อช่องทางนี้จะนิยมใช้ทั้งภาคีเครือข่ายที่เป็นโครงการจากส่วนกลาง ระดับโหนดและระดับองค์กรเป็นจำนวนมากโดยมีการใช้บอกข่าวสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการสร้างองค์กรแห่งความสุขรวมถึงการแสดงผลภาพกิจกรรมที่ตนได้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้เพื่อนภาคีเครือข่ายอื่นๆ ได้เห็นความเคลื่อนไหวการจัดกิจกรรมนั้นๆ	เว็บไซต์ ส่วนกลาง เช่น www.happy8workplace.com เครื่องมือองค์กรสุขภาวะ เช่น www.happy-workplace.com www.happinometer.com www.happyworkplaceindex.com www.happyworkplace-thaihealthnida.com www.hehaworkplace.com ระดับโหนด เช่น www.happy8pathumthani.com www.hp8northern.com www.esanhappy8.com www.thai1og.org/happyworkplace

ประเภทของ สื่อสังคมออนไลน์	ช่องทางการสื่อสาร	ตัวอย่าง
		แฟนเพจ ทางเฟซบุ๊ก เช่น www.facebook.com/Happy Work place องค์กรสุขภาวะ www.facebook.com/esan happy8 www.facebook.com/Happy WorkplaceSupport www.facebook.com/SHARE. org
2. เว็บไซต์ให้บริการแบ่งปัน สื่อออนไลน์(Media Sharing)	ยูทูบ เป็นอีกหนึ่งสื่อสังคม ออนไลน์ที่ทางภาคีเครือข่าย ต่างๆ ได้มีการใช้เป็นจำนวนมาก เช่นกัน เพื่อแสดงความเคลื่อนไหว ภาพและบรรยากาศการจัด กิจกรรม นอกจากนี้ยังลักษณะ ของการจัดทำเป็นสื่อบอกเล่า เรื่องราวขององค์กรสุขภาวะ ต้นแบบและการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นหรือทัศนะของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน องค์กรสุขภาวะ	ตัวอย่าง เช่น ช่อง HWI Happy Workplace Index ช่อง heha working ช่อง esansociety korat

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	ช่องทางการสื่อสาร	ตัวอย่าง
3. ไมโครบล็อก (Micro Blog)	ทวิตเตอร์ จากการศึกษาข้อมูลได้เห็นว่าบางภาคีเครือข่ายได้มีการสร้างบัญชีของทวิตเตอร์เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ไปยังเครือข่ายตนเอง ซึ่งจะเป็นการบอกข่าวสารในเนื้อหาที่สั้น กระชับเข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังมีการแบ่งปันภาพเคลื่อนไหวกิจกรรมต่างๆ ด้วย	ทวิตเตอร์ของเครื่องมือองค์กรสู่ภาวะ เช่น HEHA (Holistic Enterprise Happiness Approach) https://twitter.com/HeHaWorkPlace

จะเห็นได้ว่าโครงการสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะที่ได้ดำเนินงานโดยส่วนกลาง และภาคีเครือข่ายต่าง ๆ นั้น ได้พยายามสร้างช่องทางการสื่อสารเพื่อติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันและเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนความคิด รวมไปถึงการเรียนรู้แนวคิด องค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กรสู่ภาวะร่วมกัน โดยมีการประชาสัมพันธ์ทั้งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนงานดังกล่าว จนนำไปสู่การลงมือปฏิบัติตามความเหมาะสมกับบริบทของตนเอง

ทั้งนี้ในส่วนขององค์กรที่ร่วมดำเนินโครงการสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นของบริษัทของตนเอง เช่น เว็บไซต์บริษัท แฟนเพจของบริษัท ทางเฟสบุ๊ก และช่องของบริษัททางยูทูบ เป็นต้น เพื่อสื่อสารในเรื่องแนวคิดความรู้รวมถึงภาพกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังองค์กรภาคีเครือข่ายอื่นได้รับทราบ นอกจากนี้ ผู้เขียนได้สังเกตเห็นว่านอกจากสื่อต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ในข้างต้นแล้วนั้น ยังมีสื่ออีกประเภทที่ทางภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ได้ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแสดงผลงานการดำเนินงานด้านองค์กรสู่ภาวะของตนเองด้วย นั่นก็คือพวกแอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบของโปรแกรมบนสมาร์ทโฟน ซึ่งได้พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสาร และนับว่าเป็น

สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่ง ทำให้ผู้ใช้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากกว่า การสนทนาผ่านทางโทรศัพท์ด้วยการสนทนาผ่านข้อความ หรือที่เราเรียกกันว่า แชท (Chat) รูปแบบของแอปพลิเคชันสำหรับการแชทนั้นมีหลายแบบ เช่น Line, Chat on, iMessage, Facebook Messenger, WhatsApp เป็นต้น

ในที่นี้ผู้เขียนขอพูดถึงการใช้ไลน์ (Line) ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่มวัยทำงานนิยมใช้มากที่สุด สํารวจโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี พ.ศ. 2556 และจากผลการสำรวจของเอแบคโพลล์ ประจำปี พ.ศ. 2556 เรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชน ในกลุ่มประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 81.3 ระบุว่า มักจะใช้ไลน์มากที่สุดในช่วงเวลาทำงาน ร้อยละ 70 ใช้เพื่อการติดต่อเรื่องงาน ธุรกิจ ค้าขายและร้องเรียน สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยทำงานนิยมใช้ไลน์ในการติดต่อเรื่องการทำงาน โดยนอกเหนือจากการใช้ติดต่อสื่อสารทั่วไปแล้วยังช่วยในการสนับสนุนการทำงานของผู้อื่นด้วย เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ การเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลอื่น เพื่อสนับสนุนการทำงาน เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับกลุ่มภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะที่นิยมใช้ไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสารเช่นกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันนี้ ผู้เขียนจึงขอพูดถึงความหมาย ลักษณะและบทบาทของไลน์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ลักษณะการใช้ไลน์ในการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะของภาคีเครือข่ายที่มีการติดต่อสื่อสารและส่ง-รับข้อมูลการดำเนินงานร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เห็นภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนงานองค์กรแห่งความสุขในอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจและน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะให้แก่ทีมสร้างสุของค์กรทั้งระดับโหนดและองค์กร

ไลน์ (Line) หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ต ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง

ไลน์ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานหลายๆ ด้าน จุดเด่นที่ทำให้ไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนารูปแบบอื่นๆ คือ รูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกขั้นพื้นฐานของผู้สนทนาได้ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2556, หน้า 43)

การเชื่อมต่อไลน์กับภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะ

สำหรับการเข้าถึงหรือการเชื่อมต่อกับสมาชิกต่าง ๆ ของไลน์นั้น มีหลายรูปแบบ เป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารที่ผู้ใช้สามารถเลือกเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ โดยขอสรุปลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของไลน์ซึ่งสามารถให้บุคคลได้ใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two way Communication) ไลน์เป็นการสื่อสารโดยตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารสามารถส่งข้อความ รูปภาพ เอกสาร หรือข้อมูลข่าวสารตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่น การสนทนากับเพื่อน การส่งรูปภาพ กิจกรรมการดำเนินงาน การส่งข้อมูลข่าวสารการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะ เป็นต้น

2. สามารถสร้างกลุ่มการสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม (Group Communication) เมื่อผู้ใช้งานต้องการพื้นที่สำหรับสมาชิกที่คุ้นเคยกันโดยเฉพาะ ผู้ใช้สามารถตั้งค่าการใช้งานของไลน์ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะในแวดวงสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่มได้ เช่น ในการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะ ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัด สมาคม กลุ่มการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานดังกล่าว จะมีการสร้างกลุ่มไลน์ขึ้นมาเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกันอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะ อาทิ กลุ่มผู้จัดการงานสร้างสุข (Happy Workplace Manager) กลุ่ม Happy 8 Andaman (ภาคีเครือข่าย

ของโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ จ.ตรัง) กลุ่ม HWP Manager Club (กลุ่มผู้อบรมหลักสูตรผู้จัดการงานสร้างสุข) กลุ่ม MapHR (กลุ่มผู้เข้าอบรม MapHR ของโครงการพัฒนาทีมสร้างสุของค์กร ด้วย MapHR) กลุ่มสมายด์ปลายด้ามขวาน (ภาคีเครือข่ายของโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ จ.สงขลา) เป็นต้น

3. สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง (specifically)

ผู้ส่งสารสามารถส่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปยังผู้รับสารได้ตรงใจตามที่ต้องการ

4. สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา (Anytime)

ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดช่วงเวลาและระยะเวลาในการสื่อสาร โดยสามารถส่งสารรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ และสติ๊กเกอร์ไปยังผู้รับสารได้หากยังมีการเชื่อมต่อเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต และคู่สื่อสารยังคงมีสถานะเป็นเพื่อนกัน

5. สามารถส่งรูปแบบสารได้หลากหลาย (Multi-media)

ลักษณะเฉพาะของไลน์สามารถส่งสารที่มีรูปแบบหลากหลายแตกต่างกัน โดยผู้ส่งสารสามารถเลือกสรรสารให้เหมาะสมกับรูปแบบและกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารได้ เช่น ข้อความ รูปภาพ โปสเตอร์ การส่งลิงค์เพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ เป็นต้น

6. รองรับไฟล์ข้อมูลได้หลากหลาย (Files Support)

นอกจากรุ่นของไลน์จะส่งข้อความสนทนาเป็นอักษร ภาพ หรือสติ๊กเกอร์แล้ว ผู้ใช้ยังสามารถส่งแฟ้มงานเอกสารในรูปแบบของนามสกุลไฟล์ต่าง ๆ ได้ ได้แก่ pdf, ppt และ doc เป็นต้น

7. สามารถสร้างไทม์ไลน์ได้ (Timeline)

ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอบนหน้าไทม์ไลน์ของตนเองได้ตามความต้องการ ซึ่งจากการสังเกตนั้นผู้ที่เป็สมาชิกในกลุ่มไลน์ของงานสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะหรืองานขับเคลื่อนโครงการองค์กรสุขภาวะต่าง ๆ จะมีการโพสต์ภาพกิจกรรม

เพื่อบอกความเคลื่อนไหวการดำเนินงานและบรรยากาศการจัดกิจกรรมที่ตนได้มีส่วนร่วมด้วย นับว่าเป็นการเผยแพร่การทำงานแก่เพื่อนภาคีเครือข่ายอื่นๆ ได้รับทราบอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันอื่นๆ ที่ทางทีมสร้างสุของค์กรสามารถใช้เพื่อขับเคลื่อนงานดังกล่าว เช่น เครื่องมือ Happy 8 Menu ซึ่งสามารถใช้ในการค้นหาข้อมูลตัวอย่างกิจกรรมสร้างสุขในองค์กรบนมือถือ แบบวัดความสุขของ Happinometer ด้วยการกรอกข้อมูลลงในระบบโทรศัพท์มือถือ (Mobile App-based) และ แอปพลิเคชัน Happy talk ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ และสมาพันธ์โลจิสติกไทย ร่วมกันจัดทำ เพื่อช่วยแปลภาษาให้กับกลุ่มคนที่ประกอบอาชีพพนักงานขับรถในภาคธุรกิจขนส่ง โดยได้รวบรวมคำศัพท์ที่ใช้ในวงการโลจิสติก, บทสนทนา ที่ใช้บ่อย และข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ รวมทั้งสิ้น 10 ภาษา ในกลุ่มอาเซียน และภาษาจีน เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทีมสร้างสุของค์กรระดับโหนดและองค์กร ได้ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยขับเคลื่อนโครงการฯ ให้แพร่ขยายแนวคิดองค์ความรู้ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพสู่ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ และจากการการสัมผัสภาคีเครือข่ายทั้งระดับโหนดและองค์กรที่ขับเคลื่อนงานสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ ผู้เขียนได้สรุปการขับเคลื่อนงานด้านองค์กรสุขภาวะโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานได้อยู่ 2 ลักษณะที่เด่นชัดดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ความรู้และกิจกรรมการดำเนินงานด้านองค์กรสุขภาวะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างกว้างขวาง โดยสื่อสังคมออนไลน์เป็นระบบการสื่อสารที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงมากมายและกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว เช่น เว็บไซต์ของ Happy Workplace Center เว็บไซต์ของ 5+1 เครื่องมือของ สสส. หรือ

เว็บไซต์ของโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ ในจังหวัดต่าง ๆ ที่เข้าร่วมหรือจากเฟซบุ๊ก เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นหรือกำลังจะจัด เพื่อให้องค์กรภาคีเครือข่ายหรือผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม หรือสามารถค้นหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับองค์กรสุขภาวะได้โดยง่าย หรือการทำการ์ตูนแอนิเมชั่น Happy 8 Menu (กล่องแห่งความสุขแปดประการ) ลงในยูทูปทางช่อง Happy 8 Menu เพื่อนำเสนอแนวคิดการสร้างความสุขตามกรอบแนวคิดความสุข 8 ประการของ สสส.

โดยสื่อสังคมออนไลน์นับว่าเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารถึงผู้คนได้อย่างเจาะจงมากขึ้น ส่งผลให้มีการรับสื่อในหลายรูปแบบ เพื่อสนองความต้องการที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ สอดรับกับแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (Burnett & Marshall, 2003, pp. 40-41) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารสองทาง ไม่ได้เป็นการสื่อสารทางเดียวเหมือนในอดีต สามารถหลอมรวมเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพของการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น

สำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ความรู้และกิจกรรมการดำเนินงานด้านองค์กรสุขภาวะ คุณภัทราวดี พรหมสุวรรณ ผู้จัดการแผนกพัฒนาบุคลากร บริษัทเอส.พี.เอส.อินเตอร์เทค จำกัด หนึ่งในองค์กรต้นแบบจากโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ จ.ฉะเชิงเทรา ได้กล่าวว่า

“ในส่วนของ *sps* ที่เป็นคนแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เอง ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊กหรือกลุ่มไลน์ ในมุมมองของพี คิดว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและทั่วถึง ถ้าเราทำสื่อที่น่าสนใจคนก็จะพูดถึงกันแบบปากต่อปากจากการประชาสัมพันธ์แบบเดิมที่ใช้การส่งอีเมล ซึ่งไม่ค่อยมีคนสนใจเปิดอ่านเราก็ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหรือความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการสร้างสุขขององค์กรผ่านเฟซบุ๊กของบริษัท ส่วนในไลน์ก็จะมีการแจ้งข่าวสารเข้าไป

ในกลุ่ม “แฮปปี้เวิร์คเพลส” ของเรา เพื่อให้ทุกคนได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้คนให้ความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมมากยิ่งขึ้น”

นอกจากนี้ คุณภัทราวดี ยังได้พูดถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ตามช่องทางต่าง ๆ เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ เพื่อนำไปใช้ในองค์กรของตนเองว่า ตนได้ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ทั้งจากส่วนกลางและจากเว็บไซต์ของเครื่องมือวัดความสุขระดับบุคคล หรือ Happinometer และเครื่องมือวัดความสุขระดับองค์กร หรือ Happy Workplace Index เพื่อดาวน์โหลดเอกสารแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้วัดความสุขขององค์กรของตนเอง รวมไปถึงการดาวน์โหลดหนังสือองค์ความรู้เกี่ยวกับการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะจากเว็บไซต์ของ Happy Workplace จากส่วนกลางด้วย

ด้านการขับเคลื่อนงานโครงการเสริมสร้างสังคมขององค์กรแห่งความสุขภาคอีสาน จ.นครราชสีมา ก็ได้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ (www.esanhappy8.com) เฟซบุ๊ก (www.facebook.com/esanhappy8) ยูทูบ ช่อง Esansociety Korat ช่วยในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการฯ ซึ่งทำให้องค์กรภาคีเครือข่ายได้รับทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว โดยสังเกตจากการที่องค์กรภาคีเครือข่ายใน จ.นครราชสีมา เข้าร่วมเวทีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางโครงการฯ ได้จัดขึ้นมีจำนวนมากขึ้นรวมถึงมีองค์กรภาคีเครือข่ายที่อยู่นอกพื้นที่ จ.นครราชสีมา เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

2. สร้างภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุยสนทนากันเฉย ๆ โดยไม่ได้ “ร่วมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งในส่วน

ของการสร้างภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น สมาชิกทีมสร้างสุของค์กรทุกระดับได้มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การสร้างความสุขให้องค์กร โดยการเห็นความสำคัญของทรัพยากรบุคคลในองค์กรและทำให้คนในองค์กรมีความสุขทั้งการทำงานและมีความสุขในชีวิตส่วนตัว อันนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรร่วมกัน ซึ่งในกลุ่มจะมีการพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือซักถามการดำเนินงานด้านองค์กรสุขภาวะระหว่างกัน เป็นต้น

ทั้งนี้สำหรับ การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือ การเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งหวังไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มคนที่รวมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ตามทฤษฎีเครือข่าย (Network theory) คือประกอบด้วยส่วนที่เป็นจุด (Node) และส่วนของความสัมพันธ์ (Ties หรือRelationship) ทั้งนี้จุด (Node) เปรียบเสมือนคนๆ หนึ่ง ในระบบเครือข่ายที่อาจจะมีลักษณะความสัมพันธ์หลายรูปแบบกับคนอื่นๆ ลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายออนไลน์จะเรียกว่า Social contacts (จารูว์จน์ สองเมือง, 2554)

ซึ่งการอธิบายลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ดังกล่าวสอดคล้องกับ Pallis, G (2011) ที่อธิบายถึงลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่า เป็นศูนย์กลางในการให้บุคคลที่จะสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เช่น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ผู้ใช้แต่ละคน เชื่อมต่อกับรายชื่อของผู้อื่นโดยการแชร์ต่อๆ กันไปและเป็นที่รวมของเครื่องมือหลากหลาย ที่สร้างความรู้สึกรู้สึกของความเป็นชุมชนอย่างไม่เป็นทางการ และด้วยความสมัครใจ (อ้างถึงใน ระวี แก้วสุก และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556, หน้า 197) โดยสรุปแล้วเครือข่ายสังคมออนไลน์มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การมีสมาชิกของเครือข่าย
2. การมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน
3. การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย

4. การสื่อสารภายในเครือข่าย

5. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

6. การให้บริการสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ

ดังนั้นผู้เขียนขอยืนยันคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ในที่นี้ คือ กลุ่มคนที่ขับเคลื่อนงานองค์กรสู่ภาวะทั้งที่เป็นระดับโหนดและระดับองค์กร โดยกลุ่มคนเหล่านี้ได้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ ร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง โดยมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างเป็นเครือข่าย

สำหรับสื่อสังคมออนไลน์นับว่าเป็นช่องทางที่ทำให้ภาคีเครือข่ายองค์กรสู่ภาวะหรือทีมสร้างสุของค์กรทุกระดับได้มีพื้นที่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องการขับเคลื่อนงานสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์ประกอบของภาคีเครือข่ายทีมสร้างสุของค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสอดคล้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น กล่าวคือ ภาคีเครือข่ายองค์กรสู่ภาวะมีสมาชิกเครือข่ายเข้ามาอยู่ในกลุ่มไม่ว่าในกลุ่มไลน์ของ Happy Workplace ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มไลน์โครงการสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะจากส่วนกลาง ระดับโหนด และองค์กร การเป็นสมาชิกกลุ่มในเฟซบุ๊กจากการกดไลค์หน้าแฟนเพจของโครงการสร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะทั้งจากส่วนกลางและระดับโหนดของจังหวัดที่ขับเคลื่อนงานดังกล่าว หรือการส่งข้อความของทวีตเตอร์ ซึ่งจะส่งข้อความไปยังสมาชิกที่ติดตาม (Follower) ผู้เขียนข้อความนั้น เป็นต้น

นอกจากนี้สมาชิกภาคีเครือข่ายทีมสร้างสุของค์กรทั้งระดับโหนดและองค์กรต่างก็มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน คือ การให้องค์กรเป็นองค์กรสู่ภาวะหรือองค์กรแห่งความสุข ใหบุคคลากรในองค์กรมีความสุขทั้งด้านชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว อันจะส่งผลให้องค์กรเติบโตและเดินไปสู่เป้าหมายขององค์กรได้

ในที่สุด และทีมสร้างสุของค์กร ได้มีภาระหน้าที่ในการขับเคลื่อนงานองค์กร สุขภาวะหรือองค์กรแห่งความสุขในองค์กรหรือพื้นที่ของตนเอง โดยสมาชิกที่ได้รับมอบหมายงานนี้ต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และนำไปสู่เป้าหมายที่ทางองค์กรได้ตั้งไว้ อีกทั้งยังมีการสื่อสารภายในเครือข่ายของสมาชิกภาคี เครือข่ายรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยการสื่อสารของสมาชิกภาคีเครือข่ายทีมสร้างสุของค์กรจะเป็นรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น การสื่อสารผ่านทางกลุ่มไลน์หรือทาง เฟซบุ๊ก ซึ่งลักษณะการสื่อสารหรือสนทนากันระหว่างสมาชิกภาคีเครือข่ายจะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องการทำงานด้าน องค์กรสุขภาวะ

ทั้งนี้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในที่นี้หมายถึง การที่กลุ่มคนที่ดำเนินงาน โครงการหรือกิจกรรมสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะได้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์การทำงานดังกล่าว ระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและการสร้างองค์กรให้มีความสุข โดยการแลกเปลี่ยนนั้นมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่ ความรู้และประสบการณ์การดำเนินงาน ซึ่งผู้รับสารสามารถพุดคุยแสดงความคิดเห็นเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองต่อการดำเนินงานด้านการสร้างองค์กรสุขภาวะกันได้ จนกระทั่งนำความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้นไปปรับใช้ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เหมาะกับบริบทของแต่ละที่ อาจกล่าวได้ว่าการแบ่งปันความรู้ทำให้เกิด การเรียนรู้

ซึ่งสอดคล้องกับสุวิดา ธรรมณีนวงศ์และจักรนาท นาคทอง (2555) กล่าวว่า ความรู้ที่นำเสนอในสื่อออนไลน์ เช่น บล็อก เป็นต้น เป็นความรู้ที่ได้ผ่านการลงมือปฏิบัติและใช้ได้ผล จนเป็นที่ยอมรับในวงสนทนาย่อย ๆ นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การดาวน์โหลดเอกสารความรู้ บทความวิชาการ หรือหนังสือที่เป็นองค์ความรู้ เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ หรือจะเป็นการ

ลงทะเบียนในเว็บไซต์เพื่อเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ของ 5+1 เครื่องมือ เพื่อจะได้สามารถทดลองใช้เครื่องมือการวัดความสุขทั้งระดับบุคคลและองค์กร รวมถึงการสอบถามหรือปรึกษาผ่านบอร์ดของเว็บไซต์ เป็นต้น

และสำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาช่วยขับเคลื่อนงานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะจนเกิดเป็นภาคีเครือข่ายที่มีการแบ่งปันความรู้ด้านองค์กรสุขภาวะให้แก่ทีมสร้างสุขขององค์กรนั้น ผู้เขียนขอยกตัวอย่างการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะในระดับองค์กรของโรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์ โดย ร้อยเอกหญิง อำไพวรรณ ต้นสุวรรณรัตน์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการพยาบาล ได้กล่าวถึงการดำเนินโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ว่า

“องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข โดยเฉพาะในกรุ๊ปไลน์ไม่ว่าจะเป็นกรุ๊ปไลน์ของผู้จัดการงานสร้างสุขรุ่นที่ 3 ซึ่งมีการติดต่อเชื่อมโยงกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไม่ว่าแต่ละคนจะไปจัดงานในแต่ละองค์กรเอง ก็มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ บางที่เราก็ได้ความคิด แนวคิด หรือ กิจกรรม ของเพื่อน ๆ มาทำกับองค์กรของเรา ซึ่งก็สร้างประโยชน์มาก อย่างกลุ่มองค์กรภาคีเครือข่ายทางภาคใต้ เขาบอกว่าได้ไปจัดกิจกรรม อย่างเรื่อง แสปป์โซเชียล ทุ แสปป์ ฮาร์ท เราเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดีและองค์กรเราสามารถทำได้ ก็ได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้กับองค์กร นอกจากนี้หากมีปัญหาหรือต้องการความรู้เพิ่มเติมนอกจากการอบรมจากเวทีต่างๆ แล้วการสืบค้นข้อมูลทางสื่อออนไลน์หรือการใช้ช่องทางไลน์สอบถามจากเพื่อนก็ได้คำตอบที่ทำให้เรารู้แจ้งเห็นจริงขึ้น และยังเหมือนเป็นการสร้างเครือข่าย มีการพูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการ คนที่พอใจก็จะเข้ามา มันเลือกแต่คนที่พอใจเข้ามา จึงจะได้กลุ่มคนที่ มีใจรัก อยากที่จะรู้ อยากที่จะสัมผัส อยากที่จะทำเรื่องนี้มาร่วมกัน ตรงนี้จึงถือว่าดีมาก ที่มีการสร้างกลุ่มนี้ขึ้นมาทางสื่อสังคมออนไลน์”

ด้านคุณสมิตร กาญจนัมพะ ผู้จัดการโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ จ.สงขลา กล่าวว่า

“เมื่อช่วงแรกของการดำเนินงานโครงการฯ ตอนยังไม่มีข้อมูลอะไรมาก ก็ได้เข้าไปดูในยูทูปจะเห็นตัวอย่างการดำเนินงานองค์กรแห่งความสุขจากองค์กรต้นแบบในภาคกลาง ทั้ง จ.ปทุมธานี, จ.อยุธยา รวมถึงภาคตะวันออก อีกหลายจังหวัด ซึ่งเป็นต้นแบบที่ดี ที่ทำให้เราเข้าใจกระบวนการทำงานมากขึ้น รวมถึงการพูดคุย การซักถามในกลุ่มไลน์ ก็สามารถช่วยตอบปัญหาอย่างรวดเร็ว เป็นเรียลไทม์ทำให้การส่งความรู้ต่าง ๆ รวดเร็วขึ้น อัปเดต รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ต่างๆ ที่ภาคีเครือข่ายสามารถนำไปใช้ต่อยอดได้ในการขับเคลื่อนงานอย่างสร้างสรรค์และบรรลุเป้าหมายที่วางไว้”

คุณอติพงษ์ อิสสอาด ผู้จัดการโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ได้กล่าวถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำงานว่า

“ในการดำเนินงานของโครงการฯ หรือเจ้าพระยาहरราช เราจะมีกลุ่มไลน์ เจ้าพระยาहरราช และมีกลุ่มไลน์ ข่าวสารเจ้าพระยาहरราช สองกลุ่มซึ่งเราใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้เพื่อสื่อสารกันเวลามีกิจกรรมของโครงการฯ ซึ่งช่วยในเรื่องการกระจายข้อมูลรายละเอียดของงาน และเป็นการพิจารณาของพวกเราด้วย เนื่องจากสื่อชนิดนี้มีความเร็วและสามารถได้คำตอบแบบทันที นอกจากนี้เรายังได้รับความรู้หรือความคิดใหม่ๆ จากภาคีเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มของภาคเหนือ ภาคอีสาน ตะวันออก หรือ ทางใต้ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับพื้นที่เราได้”

จากการสัมภาษณ์ทีมสร้างสุขทั้งจากระดับโหนดและองค์กรนั้น จะเห็นได้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เป็นการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและเกิดความรู้เชิงสร้างสรรค์สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการแบ่งปันความรู้ผ่านสื่อสังคม

สื่อสังคมออนไลน์:

เครื่องมือขับเคลื่อนองค์กรสุขภาวะของทีมงานสร้างสุของค์กร

ออนไลน์เป็นการสนับสนุนให้เกิดการสร้างภาคีเครือข่ายได้ เนื่องจากผู้ใช้สามารถรวมกลุ่มผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน หรือผู้ที่ทำงานในลักษณะเดียวกันมาเข้ากลุ่มได้ โดยไม่มีข้อจำกัด ส่วนสิ่งที่ยึดเหนี่ยวความเป็นภาคีเครือข่ายของสมาชิกไว้ได้นั้น เนื่องจากความสนใจในประเด็นความรู้เดียวกัน จึงได้มีการแบ่งความรู้ประสบการณ์ในเรื่องที่สนใจเรื่องเดียวกัน ซึ่งทำให้สามารถสร้างองค์ความรู้และมีความไว้วางใจกันระหว่างสมาชิกภาคีเครือข่าย จนกระทั่งเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

unสรุป

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าในการขับเคลื่อนงานหรือโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ ทีมสร้างสุของค์กรในทุกระดับสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งยังใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ให้ผู้คนได้มีการสื่อสารโต้ตอบและนำเสนอประสบการณ์ข้อเท็จจริงที่ผ่านการปฏิบัติมาแลกเปลี่ยน หรือสนับสนุนให้เกิดความคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้น รวมไปถึงส่งเสริมให้สมาชิกทีมสร้างสุของค์กรทั้งหลายได้ระดมความคิดความเห็นร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่สนใจ โดยจะนำเสนอประสบการณ์ข้อเท็จจริงที่ผ่านการปฏิบัติมาแลกเปลี่ยน เพื่อส่งเสริมให้ทีมสร้างสุของค์กรได้มีความคิดใหม่ไปลงมือได้อย่างเหมาะสม ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ ๆ ในการแบ่งปันความรู้และเกิดการเรียนรู้ขึ้น สะท้อนให้ทีมสร้างสุของค์กรได้เกิดการรวมกลุ่มจนเป็นภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะ โดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม (Media for Social Interaction) จนกระทั่งเกิดสังคมเครือข่าย (Networked Communities) และหากภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะสามารถขยายสมาชิกได้มากขึ้นก็สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพข้ามมิติ (Intercrossing Relationships) กล่าวคือสามารถแพร่ขยายกลุ่มภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะได้ทั่วประเทศไปจนถึงทั่วโลกได้

สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะเด่นของสื่อประเภทนี้ (กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล, 2555) ที่ใช้เป็นเครื่องมือช่วยให้ทีมสร้างสุของค์กร ดำเนินงานสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ ดังนี้ กล่าวคือ ประการแรกสื่อสังคมออนไลน์ มีการทำงานที่หลากหลายและรวดเร็ว เนื่องจากจะมีการประมวลผลที่รวดเร็ว และไร้พรมแดนว่าจะอยู่ที่ใดในโลก ก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ว่าจะเป็นทีมสร้างสุของค์กร หรือ พนักงานในองค์กรก็สามารถค้นหาข้อมูล ข่าวสาร หรือความรู้เกี่ยวกับการสร้างองค์กรสุขภาวะได้โดยง่าย

ประการที่สอง สื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้าน แต่สื่อนี้ได้นำเอาลักษณะต่าง ๆ มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว จะเห็นได้จากสื่อสังคมออนไลน์ของโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะที่มีการหลอมรวมสื่อเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์บทความวิชาการ ที่เกี่ยวกับการทำงานด้านองค์กรสุขภาวะ เรื่องเล่าจากองค์กรต้นแบบ หรือหนังสือ องค์กรความรู้เกี่ยวกับ Happy 8 ประการก็สามารถดาวน์โหลดไปอ่านได้จาก สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงคลิปวิดีโอกิจกรรมต่าง ๆ ก็สามารถดูได้จากยูทูบ เป็นต้น

ประการที่สาม การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) คือผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งคุณลักษณะนี้ทำให้ภาคีเครือข่ายทีมสร้างสุของค์กร ระดับต่าง ๆ ที่ขับเคลื่อนงานการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะได้มีโอกาสซักถามกัน และมีการตอบข้อซักถามหรือให้คำแนะนำจากเพื่อนได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารผ่านทางเฟซบุ๊ก หรือเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังเกิดการรวมกลุ่มกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ไลน์ แฟนเพจของเฟซบุ๊ก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นการติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ทำให้การพูดคุยติดต่อกันมีความเป็นกันเอง ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบเพื่อนหรือพี่น้องได้

ประการต่อมา คือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One to Many) ซึ่งเป็นการกระจาย ข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่ขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น องค์กร หรือ พนักงานในองค์กรที่มีจำนวนมากให้ได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว หรือเรียกว่า “สังคมของการสื่อสาร” (Social Presence) คือ การที่ทีมสร้างสุของค์กรสามารถสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่ององค์กรสุขภาวะ มาแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน และง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลต่อสิ่งที่อยู่ใน ความสนใจเดียวกันได้แบบทันที

สุดท้าย สื่อสังคมออนไลน์สามารถกระจายข้อมูลต่าง ๆ ไปยังกลุ่ม คนอื่น ๆ ได้ (Many to many) กล่าวคือ นอกจากจะกระจายข้อมูลข่าวสารเฉพาะ ความสนใจในเรื่องเดียวกัน (ภายในกลุ่มเดียวกัน) แล้วยังสามารถกระจายไปยัง กลุ่มอื่นที่มองหาความสนใจในเรื่องเดียวกับกลุ่มเราได้ด้วย เช่น เฟซบุ๊ก นับว่า เป็นสื่อที่มีพลังในการกระจายข่าวสารในวงกว้าง ซึ่งสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นยูทูบ หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ จะมีการให้กดถูกใจ หรือ (Like) ซึ่งเมื่อผู้รับสื่อกดถูกใจต่อ เรื่องนั้น ๆ ก็จะได้รับเผยแพร่ต่อในหน้าเฟซบุ๊กของผู้ที่กดถูกใจ นอกจากนี้ ยังสามารถส่งต่อหรือแบ่งปัน (Share) ข้อมูลต่าง ๆ ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งแอปพลิเคชันบางอย่างมีการเชื่อมโยง (Via) ไปยังเฟซบุ๊กด้วย สิ่งนี้ทำให้เกิดการกระจายข้อมูลไปได้อย่างกว้างขวาง และ กลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งมาก

ฉะนั้นสื่อสังคมออนไลน์นับว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจที่สามารถ ผลักดันให้ทีมสร้างสุของค์กรทั้งในระดับโหนดและองค์กรเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว จนสามารถกลายเป็นภาคีเครือข่ายหรือชุมชนองค์กรสุขภาวะบนโลกอินเทอร์เน็ต ที่เป็นพื้นที่แหล่งเรียนรู้ด้านองค์กรแห่งความสุขสำหรับทีมสร้างสุของค์กรได้อย่าง แท้จริง

ปัจจัยเอื้อไขความสำเร็จ

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะ เพื่อตอบสนองเป้าหมายการทำงานโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะของทีมสร้างสุของค์กร หรือผู้ที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนงานส่วนนี้ ผู้เขียนสามารถวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อไขในการใช้สื่อดังกล่าว ซึ่งทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ ดังนี้

- การเข้าใจบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์และเห็นความสำคัญต่อการใช้สื่อดังกล่าวเพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารของทีมสร้างสุของค์กรหรือผู้ที่ขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะ
- ทีมสร้างสุของค์กรทั้งระดับโหนดและองค์กร ได้มีแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยส่งเสริมกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งในการขับเคลื่อนงานการส่งเสริมองค์กรสุขภาวะ
- องค์กรมีระบบเทคโนโลยีที่รองรับการใช้สื่อช่องทางดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นสัญญาณอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย
- บุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสารและค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว
- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของทีมสร้างสุของค์กร มีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างสมาชิกภาคีเครือข่ายเป็นอย่างดี ซึ่งปัจจัยเอื้อไขนี้มีผลต่อการร่วมมือช่วยเหลือกันในการขับเคลื่อนงานการสร้างองค์กรสุขภาวะ

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา

ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการช่วยขับเคลื่อนงานด้านการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะนั้น ผู้เขียนมองว่าปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์

มีความจำเป็นอย่างมากในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปได้อย่างกว้างขวาง หากผู้ที่ขับเคลื่อนงานด้านนี้อยู่ได้สังเกตเห็นความสำคัญของสื่อช่องทางนี้และมีการนำไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม ผู้เขียนเชื่อว่าสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยยกระดับการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสาร การสร้างการมีส่วนร่วมเกิดการสร้างเครือข่ายที่กว้างใหญ่ คือ การเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว รวมไปถึงการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้และการคิดเชิงสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้นด้วย

ทั้งนี้ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านองค์กรสุขภาวะ ซึ่งจะช่วยให้ภาคีเครือข่ายได้นำสื่อช่องทางนี้ไปใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือหรือตัวช่วยที่จะดำเนินงานการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะให้ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ทรงพลังและมีอิทธิพลต่อสังคมค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ดังนั้นในทางปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับการนำมาใช้ ผู้ใช้ต้องคำนึงถึงเนื้อหาสาระที่จะส่งออกไปยังผู้รับสาร ซึ่งต้องให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นที่กลุ่มมีความสนใจร่วมกัน จนเกิดความคิดใหม่ และเกิดการต่อยอดความรู้อันนำไปสู่การนำไปใช้ในการขับเคลื่อนงานการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะได้อย่างคุณภาพยิ่งขึ้น

2. ผู้ที่ขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะควรมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตามของสมาชิกภาคีเครือข่าย โดยสื่อสังคมออนไลน์สามารถกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในเรื่องการเรียนรู้จากสังคมวงกว้าง เป็นการส่งเสริมการเปิดโลกทัศน์แก่ภาคีเครือข่ายให้ได้รับประสบการณ์การดำเนินงานจากสมาชิกอื่น ๆ และสามารถนำบทเรียนต่าง ๆ ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนไปใช้ได้อย่างเหมาะสม และควรมีการติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง

ในรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการด้วย เพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดี เกิดความรู้สึกผูกพันและเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน เพื่อให้ทีมสร้างสุขขององค์กรเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะอย่างยั่งยืน

3. ภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะควรมีการบริหารจัดการหรือสร้างระบบการสะท้อนผลข้อมูลย้อนกลับที่ง่าย (Ease of Feedback) สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งจำเป็นต้องมีผู้ดูแลหรือแอดมิน ช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยกลั่นกรองข้อมูลต่าง ๆ และตอบกลับผู้ที่ซักถามข้อสงสัยในการดำเนินงาน อันจะสะท้อนให้สมาชิกภาคีเครือข่ายได้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจในระบบการจัดการและเชื่อในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้มีการแบ่งปันหรือเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ควรมีการอัปเดตข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์อยู่เสมอ ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้สมาชิกภาคีเครือข่ายทีมสร้างสุขขององค์กรใช้สื่อช่องทางนี้อย่างต่อเนื่องและทำให้การขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะบนสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ทีมสร้างสุขขององค์กรทั้งระดับโหนดและระดับองค์กรควรมีการติดตามและประเมินผลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยควรติดตามการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ว่าตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ประเมินประสิทธิภาพของการใช้สื่อดังกล่าวว่าเข้าถึงผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด โดยอาจวัดจากปริมาณผู้เข้าชมเว็บไซต์ หรือผู้ที่กดไลค์แฟนเพจทางเฟซบุ๊ก หรือปริมาณการแสดงความความคิดเห็นทั้งในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และกลุ่มไลน์ เป็นต้น รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ว่าสามารถสร้างการเรียนรู้จนนำไปสู่การนำความรู้ไปเรียนและประสบการณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะ ไปปรับใช้หรือไม่ อย่างไร เพื่อเป็นการประเมินในเชิงคุณภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางนี้ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ได้ผลมากยิ่งขึ้น

สื่อสังคมออนไลน์:

เครื่องมือขับเคลื่อนองค์กรสุขภาวะของทีมงานสร้างสุของค์กร

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพมหานคร : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เจนัฏ มิ่งศิริธรรม. (2556). *Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา*. Veridian E-journal

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์ สื่อแห่งอนาคต Social Media: Future Media*. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.ปีที่ 31 ฉบับที่ 4 หน้า 99-103.

ภัทราวดี พรหมสุวรรณ. ผู้จัดการแผนกพัฒนาบุคลากร. บริษัทเอส.พี.เอส. อินเทอร์เน็ต จำกัด. กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. แอแบคโพลล์: พฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชน *กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชน อายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2556*, 16 กรกฎาคม 2557. <http://www.ryt9.com/s/abcp/1752999>

ระวี แก้วสุโกโส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). *เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีเฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน Online social network: Facebook usage for the learners' development*. 6 กรกฎาคม 2557, file:///C:/Users/Administrator/Downloads/241-647-1-PB%20(7).pdf

วิภาจรี เจริญวงศ์และสนอง โลหิตวิเศษ. (2544). *การแบ่งปันความรู้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการสร้างความเป็นชุมชนนักปฏิบัติในสถานศึกษา*. 30 มิถุนายน 2557, <http://portal.edu.chula.ac.th/nfed1/assets/Wipajari.pdf>

ศุภศิศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์. (2556). *ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของ
สมาร์ตโฟน: ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน LINE - Communicating
format on the creativity of Smartphone: Benefits and limits of
application*. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปีที่ 33 ฉบับที่ 4
หน้า 43.

สุมิตร กาญจนัมพะ. ผู้จัดการโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ จ.สงขลา.
16 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.

สุวิดา ธรรมณณีนวงศ์และจักรนาท นาคทอง. (2555). *การเรียนรู้สร้างสรรค์
ในโลกออนไลน์ Creative learning through online world*. Veridian
E-journal มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 หน้า 247.

แสงเดือน ผ่องพุ่ม. (2556). *สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้
(Social media : How to application)*. สำนักวิชาการ สำนักงาน
เลขาธิการวุฒิสภา. ปีที่ 3 ฉบับที่ 20 หน้า 9.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน กระทรวงเทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสาร. (2556). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2556*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน
พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).

อติพงษ์ อีสระอาด. ผู้จัดการโครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะสภาอุตสาหกรรม
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. 16 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.

Burnet, R., and Marshall, D.P. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.
Piet Kommers .(2011). *Social Media For Learning by Means of ICT*.
Retrieved August 2, 2014, from [http://iite.unesco.org/files/
policy_briefs/pdf/en/social_media.pdf](http://iite.unesco.org/files/policy_briefs/pdf/en/social_media.pdf)

โรงเรียนในโรงงาน: แนวทางสร้างการเรียนรู้ของทีมงานสร้างสุของค์กร

สิทธิพร กล้าแข็ง

บทนำ

ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งได้ส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและเศรษฐกิจอย่างมากมาย ทำให้ทุกภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาเพื่อให้สามารถอยู่รอดในสังคมได้ เนื่องจากผลของการเปลี่ยนแปลงก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนมีผลกระทบต่อบุคลากรขององค์กร ซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ดังนั้นบุคลากรขององค์กรถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กร จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในหลาย ๆ ด้านเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับสังคมภายนอก การมีบุคลากรที่มีคุณภาพเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นขององค์กรอย่างยิ่ง เพราะนั่นหมายถึงการจะนำไปสู่ผลผลิตที่มีคุณภาพด้วยเช่นกัน ในแง่ที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพได้นั้นอาจจะทำได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ ทั้งที่องค์กรจัดเอง และส่งไปอบรมกับองค์กรภายนอก หรือแม้กระทั่งการร่วมมือกับองค์กรภายนอกที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อให้เกิดความสุข ประสบความสำเร็จ อย่างยั่งยืนได้นั้น นอกจากความจำเป็นต้องใช้องค์ความรู้เป็นเครื่องมือ ที่สำคัญแล้ว คนในองค์กรเองก็จำเป็นต้องมีองค์ความรู้ และมีทักษะด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะคนที่มีหน้าที่ขับเคลื่อนองค์กร หากต้องการให้องค์กรมีความเข้มแข็ง มั่นคง ก็ต้องมองถึงการพัฒนาด้าน ซึ่งสำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กรได้นำเสนอ แนวคิดการสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ประกอบด้วย 8 มิติ (Happy 8) ได้แก่ Happy Body, Happy Heart, Happy Soul, Happy Relax, **Happy Brain**, Happy Money, Happy Family และ Happy Society เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร สำหรับบทความนี้ผู้เขียน ต้องการนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร ซึ่งเป็นหน้าที่ สำคัญอย่างหนึ่งของทีมสร้างสุขขององค์กรในการขับเคลื่อนงานองค์กรสุขภาวะที่ ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร โดยเน้นเรื่องของ **Happy Brain** คือการใฝ่รู้ การแสวงหาความรู้ การพัฒนาตนเองตลอดเวลา เพื่อนำไปสู่ความเป็นมืออาชีพ ซึ่งมีแนวทางจัดการได้หลายรูปแบบ เช่น การฝึกอบรมเฉพาะทาง การฝึกอบรม ตามภาระงาน การสร้างระบบพี่เลี้ยง หรือการจัดเป็นหลักสูตรการพัฒนา ศักยภาพ โดยอาจจะจัดการเองหรือจัดร่วมกับหน่วยงานการศึกษา หรือหน่วยงานที่มี ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีมากมายหลายรูปแบบ แต่รูปแบบหนึ่งที่ผู้เขียนสนใจ คือการจัดหลักสูตรเฉพาะทางขึ้นมาเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร สำหรับการนำเสนอเนื้อหา ของบทความนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นการนำเสนอแนวคิด รูปแบบการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ส่วนที่สองเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรที่ เลือกมาเป็นกรณีศึกษา และส่วนที่สามเป็นข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา ทั้งนี้เพื่อ เป็นกรณีศึกษาให้แก่ทีมสร้างสุขขององค์กรอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพของ พนักงาน ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการทำงานและการใช้ชีวิต ซึ่งเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานให้ดีขึ้น และสามารถสร้างสรรค์ ผลงานที่มีคุณภาพแก่องค์กรได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

แนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อความสุขขององค์กร

การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาคนและองค์กรให้ประสบความสำเร็จ และมีความสุขได้นั้น จำเป็นต้องมีเครื่องมือหลายอย่างในการดำเนินการ หนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญ คือ องค์ความรู้ที่จะพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของคน หากคนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม ก็จะเป็นคนที่มีคุณภาพ นั้นหมายความว่าย่อมนำพาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีคุณภาพไปด้วยเช่นกัน รูปแบบที่องค์กรใช้ในการพัฒนาบุคลากรโดยส่วนมากใช้วิธีการจัดฝึกอบรม โดยองค์กรเอง หรือการส่งพนักงานไปอบรมกับหน่วยงานภายนอก หรือการส่งไปศึกษาความรู้เฉพาะทางกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการฝึกอบรมนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยเน้นถึงการเพิ่มประสิทธิภาพ ของงานซึ่งตัวบุคลากรนั้นปฏิบัติอยู่ หรือจะปฏิบัติต่อไปในระยะยาว เนื้อหาของเรื่องที่ฝึกอบรมอาจเป็น เรื่องที่ตรงกับความต้องการของตัวบุคคลนั้นหรือไม่ก็ได้ แต่จะเป็นเรื่องที่มุ่งเน้นให้ตรงกับงานที่กำลังปฏิบัติอยู่หรือกำลังจะได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ การฝึกอบรม จะต้องเป็นเรื่องที่จะต้องมีการกำหนดระยะเวลาเริ่มต้น และสิ้นสุดลงอย่างแน่นอน โดยมีจุดประสงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งสามารถประเมินผลได้จากการปฏิบัติงานหรือผลงาน (Performance) หลังจากได้รับการฝึกอบรม

ส่วนเรื่องการศึกษาเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างมีระบบ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ ทักษะคติในเรื่องทั่ว ๆ ไป อย่างกว้างๆ โดยมุ่งเน้นการสร้างคนให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้เป็นสำคัญ ถึงแม้ว่า การศึกษายุคปัจจุบันจะเน้นให้ความสำคัญแก่ตัวผู้เรียนเป็นหลัก (Student-Centered) ทั้งในด้านของการจัดเนื้อหาการเรียนรู้ ระดับความยากง่ายและเทคนิควิธีการเรียนรู้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการ ระดับสติปัญญา และความสามารถของผู้เรียนก็ตาม การศึกษาโดยทั่วไปก็ยังคงเป็นการสนอง

ความต้องการของบุคคล ในการเตรียมพร้อม หรือสร้างพื้นฐานในการเลือกอาชีพมากกว่า การมุ่งเน้นให้นำไปใช้ในการปฏิบัติงานใดงานหนึ่ง นอกจากนั้น การศึกษาเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้ตลอดชีวิต (ริเชพน์ธ์ แก้วรัตน์, 2554)

หากพิจารณาตามนี้ ก็พอสรุปได้ว่า การพัฒนาบุคลากรนั้น เป็นการส่งเสริมสนับสนุนพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะ มีทัศนคติ ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ ซึ่งมีรูปแบบและวิธีการหลายชนิด ตัวอย่างเช่น การฝึกอบรม การหมุนเวียนงาน การดูงาน การสอนงาน การให้การศึกษา ทั้งในแง่การส่งบุคลากรไปเรียนในสถานศึกษา หรือการเรียนรู้ด้วยตนเอง การปรับปรุงคุณภาพชีวิตการทำงาน และการส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

เครื่องมือสำหรับการพัฒนาบุคลากร

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเรื่องของรูปแบบที่ใช้ในการพัฒนาบุคลากร แต่หัวใจสำคัญของการพัฒนาคือ เครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรมีอยู่หลายวิธี ซึ่งได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลาย มีดังนี้ (อาภรณ์ ภูวพิทยพันธุ์, 2552)

การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom Training) การฝึกอบรมในห้องเรียนเป็นเครื่องมือการปรับปรุงและพัฒนาความสามารถของบุคลากรที่เน้นให้เกิดความรู้ ทักษะ ทัศนคติ แรงจูงใจ และบุคลิกภาพที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีผู้บังคับบัญชาทำหน้าที่จัดส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาขีดความสามารถ และยกระดับวุฒิการศึกษาให้เป็นไปตามความจำเป็น และความต้องการขององค์กร

การสอนงาน (Coaching) เป็นกระบวนการที่ผู้สอนงานใช้เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาให้บุคลากรมีความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และ

ความสามารถเฉพาะตัว (Personal Attribute) ด้วยวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ที่วางแผนไว้เป็นอย่างดี ทำการสอนให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดขึ้น จนกระทั่งสามารถฝึกให้บุคลากรปฏิบัติงานตามที่สอนให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ โดยผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Process) ระหว่างผู้สอนงานและบุคลากร โดยมากการสอนงานมักจะเป็นกลุ่มเล็กหรือรายบุคคล (One-on-One Relationship and Personal Support) ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On the Job Training: OJT)

การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกปฏิบัติจริงจากสถานที่จริง เป็นการให้คำแนะนำเชิงปฏิบัติในลักษณะตัวต่อตัว (One-on-One) หรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในพื้นที่การทำงาน ในช่วงเวลาการทำงานปกติ ซึ่ง OJT นั้นจะออกแบบเพื่อเน้นประสิทธิภาพการทำงานในลักษณะการพัฒนาทักษะเป็นพื้นฐาน (Skill-Based) ให้บุคลากรเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง อีกทั้งองค์การสมัยใหม่มักจะใช้เครื่องมือ OJT ในการสร้าง บรรยากาศ การถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนความรู้ หรือที่เรียกว่า Knowledge Sharing เพื่อลดช่องว่างความรู้ของคนในองค์กรให้มากที่สุด

โปรแกรมพี่เลี้ยง (Mentoring Program) โปรแกรมนี้ เน้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Development Partnership) จากบุคคลที่ต้องทำหน้าที่แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลต่าง ๆ และมุมมองส่วนบุคคลเพื่อส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันให้อีกฝ่ายมีความพร้อมในการทำงาน พร้อมทั้งจะเจริญเติบโตและมีความก้าวหน้าในสายอาชีพ

การหมุนเวียนงาน (Job Rotation) เป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดทักษะการทำงานที่หลากหลายด้าน (Multi-Skill) ที่เน้นการสลับเปลี่ยนงานในเชิงแนวนอน (Lateral Moves) จากงานหนึ่งไปยังอีกงานหนึ่ง มากกว่าการเลื่อนตำแหน่งงานที่เน้นการทำงานที่สูงขึ้นตามตำแหน่งงานที่สูงขึ้น (Vertical Moves)

การหมุนเวียนงานนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งการเปลี่ยนตำแหน่งงานและการเปลี่ยนหน่วยงานภายในระยะเวลาที่กำหนด

การให้คำปรึกษาแนะนำ (Consulting) การให้คำปรึกษาแนะนำเป็นเครื่องมือการพัฒนาบุคลากรที่ถูกนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคลากร ด้วยการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน และนำมากำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน ระหว่างผู้บังคับบัญชาและใต้บังคับบัญชา ซึ่งผู้บังคับบัญชาจะต้องนำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม เพื่อให้บุคลากรมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองได้

การติดตาม/สังเกต (Job Shadowing) การติดตาม/สังเกต เป็นเครื่องมือที่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้ผ่านการติดตามการทำงานกับผู้เชี่ยวชาญเป็นรายบุคคล เป็นเทคนิคการสร้างและทำตามอย่างแม่แบบ หรือ Role Model ที่เน้นกิจกรรมการเรียนรู้ระยะสั้นโดยไม่ต้องลงทุนมากนัก เพียงแค่อาศัยแม่แบบที่ดีที่สุดที่สามารถแสดงตัวอย่างให้บุคลากรผู้ติดตามรับรู้และเลียนแบบได้ในระยะเวลาการทำงานปกติ เพื่อให้พนักงานได้เห็นสภาพแวดล้อมทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงาน ขอบเขตงานที่รับผิดชอบ การจัดการงานที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงการแสดงออกและทัศนคติของแม่แบบภายในระยะเวลาสั้นๆ ระยะเวลาตั้งแต่นึ่งวันไปจนถึงหนึ่งเดือน หนึ่งปี ทั้งนี้การติดตาม/เฝ้าสังเกตพฤติกรรมจากแม่แบบนั้น จะเกิดขึ้นจากความสนใจของบุคลากรเอง

การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นเทคนิควิธีพัฒนาบุคลากรขององค์กร ซึ่งการเน้นให้บุคลากรมีความรับผิดชอบในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองไม่จำเป็นจะต้องใช้ช่วงเวลาในการปฏิบัติงานเท่านั้น บุคลากรสามารถแสวงหาโอกาสเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางการเรียนรู้และสื่อต่าง ๆ ที่ต้องการได้อย่างอิสระ

การดูงานนอกสถานที่ (Site Visit) การดูงานนอกสถานที่ เป็นเครื่องมือการพัฒนาบุคลากรรูปแบบหนึ่งโดยมอบหมายให้บุคลากรไปสังเกตการณ์

การกระทำ หรือบุคคลที่ต้องการในสถานที่เฉพาะแห่งใดแห่งหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง

การฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (Counterpart) การฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ เป็นเครื่องมือพัฒนาบุคลากร แบบหนึ่งที่เน้นให้บุคลากรได้ร่วมฝึกงานและทำงานกับผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับมอบหมาย หรือในบางองค์กร เรียกว่า การพบผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ฝึกงานนั้น คือผู้ที่เชี่ยวชาญในวิชาชีพ ที่ทำงานอยู่ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในทักษะหลาย ๆ ด้าน

การประชุม/ สัมมนา (Meeting/ Seminar) การประชุม/ สัมมนา เป็นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากผู้อื่น ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นการเรียนรู้จากการรับฟังแนวคิดและผลงานใหม่ ๆ รวมทั้งการหารือและระดมความคิดเห็นกัน

จะเห็นได้ว่ามีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการพัฒนาบุคลากรมากมายหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้บุคลากรได้พัฒนาศักยภาพ และมีทักษะในด้านต่าง ๆ ตรงตามความต้องการขององค์กร รวมทั้งเป็นการให้คุณค่ากับทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานขององค์กร แต่ในบรรดาแนวทางทั้งหมดที่ว่ามานี้ ผู้เขียนมีความสนใจเรื่องการจัดการเรียนการสอนในองค์กร ซึ่งในปัจจุบันหลายองค์กร เริ่มให้ความสนใจแนวทางนี้ เพราะเชื่อว่าแนวทางนี้จะช่วยสร้างความมั่นคง ด้านแรงงานให้กับองค์กรอย่างแท้จริง

แนวทางการจัดการศึกษา

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากร ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) แต่แนวทางการจัดการศึกษานั้นมีมากมายหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเอง ในองค์กร การส่งไปศึกษากับสถาบันการศึกษาภายนอก หรือการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาจัดการศึกษาภายในองค์กร ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการและ

ความเหมาะสมขององค์กรนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม สถานที่สำหรับใช้ศึกษานั้น ก็มีชื่อเรียกกันไปหลายประเภท ตามมาตรฐานการศึกษาและระดับความรู้ เช่น โรงเรียน สถาบัน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย เป็นต้น สำหรับบทความนี้ขอใช้คำว่า “โรงเรียน” ซึ่งในที่นี้หมายถึง สถานที่สำหรับฝึก/สอนให้ความรู้ พัฒนาทักษะนักเรียน นักศึกษา ให้มีศักยภาพเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และเมื่อพูดถึงโรงเรียนสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือองค์ประกอบที่ทำให้เกิดเป็นโรงเรียน โดยประมวลได้เป็นประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

องค์ประกอบด้านผลผลิต / ผลลัพธ์ คือ ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีพัฒนาการทุกด้านเต็มตามศักยภาพ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนผ่านเกณฑ์ตามที่หลักสูตรกำหนด โรงเรียนเป็นที่ชื่นชมของชุมชน และศรัทธาต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียน นอกจากนี้ โรงเรียนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ชุมชนและโรงเรียนอื่นในการพัฒนาครูและบุคลากร รวมถึงการสนับสนุน ส่งเสริมกิจกรรมชุมชน

องค์ประกอบด้านกระบวนการ โดยมีการจัดกระบวนการเรียนรู้เน้นผู้เรียนสำคัญที่สุด การจัดกระบวนการให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้เรียนคิดเองและปฏิบัติจริง การจัดบรรยากาศการเรียนรู้เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาคารสถานที่ ห้องเรียน และบริเวณโรงเรียนถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย ร่มรื่น สวยงามเอื้อต่อการเรียนรู้ ผู้เรียนมีวัฒนธรรมการเรียนรู้ บริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาลที่เปิดโอกาสให้ครู บุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการโรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนมีส่วนร่วม ประการสุดท้ายคือ มีระบบการประกันคุณภาพภายในที่ชัดเจน ครบวงจร ปฏิบัติได้ และมีความพร้อมรับการประเมินภายนอก

องค์ประกอบด้านการจัดการ ซึ่งประกอบด้วยครูมีความสามารถจัดการเรียนการสอนตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครู ประพฤติ ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู ได้รับการพัฒนาตรงตามความต้องการ สอดคล้องกับ

ภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ ครอบคลุมตามเกณฑ์ที่กำหนดและมีภาระงานเหมาะสม ลักษณะทางกายภาพของโรงเรียน เช่น พื้นที่โรงเรียน โครงสร้างพื้นฐาน อาคารเรียน อาคารประกอบ ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องบริการ และพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมกีฬาและการพักผ่อนเหมาะสม หลักสูตรของสถานศึกษาสอดคล้องกับ หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและท้องถิ่น นอกจากนี้มีเรื่องของ สื่อ อุปกรณ์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสม ทันสมัย และเพียงพอ มีแหล่งการเรียนรู้ในโรงเรียน หลากหลาย เช่น ห้องสมุดได้มาตรฐาน มีศูนย์วัฒนธรรมชุมชนในโรงเรียน มีแหล่งการเรียนรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลายไว้บริการแก่ผู้เรียน และชุมชน สุดท้ายเรื่องของงบประมาณ โดยมีการจัดงบประมาณตามมาตรฐานการจัดการทางการเงิน (อรุณ จันทวานิช, 2547)

ในการจัดตั้งโรงเรียนให้ได้มาตรฐานนั้น นับว่าเป็นเรื่องยากไม่น้อย แต่สิ่งที่ยากกว่าคือเมื่อก่อตั้งขึ้นมาแล้ว จะมีวิธีบริหารจัดการอย่างไรให้เป็นที่ยอมรับทั้งจากผู้เรียน ชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งต้องมีความรู้ความสามารถสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักสูตรที่จัดขึ้นแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้เขียนเองในฐานะที่เคยมีโอกาสได้ไปดูกิจกรรมด้านการขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขขององค์กรต่าง ๆ พบว่า มีหลายองค์กรที่ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาบุคลากร ทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพและทักษะของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ดังนั้นบทความในส่วนต่อไปนี้ ผู้เขียนจึงได้เน้นไปที่การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรขององค์กร โดยนำเรื่องราวขององค์กรแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการดังกล่าว มาเป็นกรณีศึกษา เพื่อเป็นตัวอย่างหรือแนวทางสำหรับองค์กรอื่น ๆ ที่สนใจ

กรณีศึกษาโรงเรียนในโรงงาน: แนวทางสร้างการเรียนรู้ ของทีมงานในองค์กร

สำหรับเนื้อหาส่วนนี้เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาขององค์กรที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุข โดยใช้เครื่องมือที่สำคัญคือการจัดการความรู้ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน รวมทั้งยกระดับขีดความสามารถของพนักงานด้วยการจัดกระบวนการศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ซึ่งแนวทางนี้อาจจะช่วยจุดประกายความคิดและเติมความหวังให้กับองค์กรอื่นที่สนใจ และมั่นใจที่จะนำแนวทางนี้ไปขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุขที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

บริษัท แปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด (PFP) “สร้างโอกาส สร้างอนาคต ลดภาระผู้ประกอบการ”

บริษัท แปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด (PFP) เป็นกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูปครบวงจร ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพร้อมปรุง ที่ทำจากเนื้อปลาสดแช่แข็งในหลากหลายรูปแบบ ได้ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2527 และเติบโตขึ้นเป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ PFP ส่งจำหน่ายไปทั่วโลก ปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ 27/4 ม.7 ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา มีบุคลากรในเครือกว่า 2,500 คน ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของผู้บริหารที่ว่า “ต้องเป็นผู้นำในธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพ” ทำให้บริษัทฯ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของพันธกิจที่สำคัญว่า

- ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดที่จะพัฒนาองค์กรให้เจริญก้าวหน้าและทันสมัย บริษัท จึงมุ่งเน้นทุกวิถีทางเพื่อพัฒนาคนเป็นอันดับแรก

- มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

- เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ

- มุ่งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าทุกเชื้อชาติศาสนา

- พัฒนาการบริหารระบบคุณภาพให้เป็นมาตรฐานสากลโดยมีกิจกรรม

7 ส. เป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน

- ดำรงรักษาภาพลักษณ์องค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาล ใส่ใจในคุณภาพชีวิตของพนักงานทุกระดับ ตลอดจนสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และผู้ถือหุ้น

จากพันธกิจดังกล่าว จะเห็นได้ว่าบริษัทจะให้ความสำคัญกับประเด็นการพัฒนาคนเป็นอันดับแรก โดยมองว่าการพัฒนาคนเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นในการสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จ และมีความสุข ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะต้องอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่องค์กรดำเนินอยู่ ดังนั้นบริษัทได้ทำกิจกรรมหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาบุคลากร โดยฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นทีมงานสร้างสุขเป็นผู้รับนโยบายจากผู้บริหารมาดำเนินการ บรรดากิจกรรมด้านการพัฒนาคนมีกิจกรรมที่โดดเด่นและนำมาเป็นกรณีศึกษาครั้งนี้คือการเปิดหลักสูตรวิทยาลัยอาชีวะ สาขาวิชาแปรรูปสัตว์น้ำในโรงงาน (ระดับ ปวช.-ปวส.) ซึ่งถือว่าเป็นมิติใหม่ของวงการการศึกษาและสถานประกอบการ ที่มีจุดประสงค์เพื่อให้เยาวชนไทยที่ด้อยโอกาสทางการศึกษาได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถ รวมทั้งยกระดับความรู้เพื่อเข้าทำงานในสถานประกอบการที่สอดคล้องกับทักษะความรู้โดยมีสโลแกนว่า “สร้างโอกาส สร้างอนาคต ลดภาระผู้ปกครอง”

คุณทวี ปิยะพัฒนา กรรมการผู้จัดการ บริษัทแปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำจำกัด (PFP) เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กว้างไกล ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญทางการศึกษา โดยเฉพาะในสายวิชาชีพซึ่งเป็นกลุ่มแรงงานที่โรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่อยังขาดบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทาง อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากกลุ่มพนักงาน ที่จบการศึกษาในระดับมัธยมต้น มัธยมปลาย มีมากถึงร้อยละ 31 บุคลากรเหล่านี้

ขาดโอกาสในการเรียนต่อ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลา อีกทั้งอาจขาดรายได้ หากต้องลาออกจากการเป็นพนักงานเพื่อไปศึกษาต่อในภาคปกติ การริเริ่มโครงการวิทยาลัยในโรงงานจึงเป็นการเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับพนักงานที่มีความประสงค์จะศึกษาต่อในขณะที่ยังเป็นพนักงานของบริษัทฯ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ในกระบวนการดำเนินงาน ได้มีการลงนามความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สภาอุตสาหกรรม วิทยาลัยประมงติณสูลานนท์ และบริษัทแปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด ภายได้ชื่อ “โครงการความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษา ระบบทวิภาคี”



รูปภาพที่ 9 นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาแปรรูปสัตว์น้ำ

ภายหลังจากการดำเนินโครงการ 1 ปีการศึกษา บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มคนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ซึ่งอาจจะไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทเอง เป็นกลุ่มที่มีวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า และมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ที่ต้องการศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) แต่มีข้อจำกัดทางด้านทุนทรัพย์ สามารถเข้าเรียนต่อในโครงการฟรี โดยไม่มีข้อผูกมัดเมื่อจบการศึกษา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่พนักงานของบริษัทและกลุ่มคนทั่วไปได้มีวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการศึกษา

ในสายวิชาชีพให้ก้าวไกลอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มกำลังคนระดับฝีมือให้มีความสามารถสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร โดยให้องค์กรได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทักษะวิชาชีพแรงงานเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งด้านทรัพยากรบุคคลให้มีศักยภาพที่ทัดเทียมกับนานาชาติ เพื่อยกระดับทักษะมาตรฐานฝีมือแรงงานไทยสู่มาตรฐานสากล ด้วยเหตุนี้การพัฒนาคนโดยการจัดโครงการวิทยาลัยในโรงงาน จึงเป็นแนวทางสำคัญของทีมสร้างสุขที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุขได้อย่างยั่งยืน



รูปภาพที่ 10 พิธีลงนามความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

กระบวนการจัดการ

สำหรับกระบวนการจัดการ เพื่อขับเคลื่อนโครงการเรียนในโรงงานนั้น จำเป็นต้องมีขั้นตอนและรูปแบบที่ชัดเจน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุด จากการสัมภาษณ์ทีมสร้างสุขของบริษัทแปซิฟิคสัตว์น้ำ จำกัด ได้มีลำดับขั้นตอนและแนวทางการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สภาอุตสาหกรรม วิทยาลัยประมง ตินสุลานนท์ และบริษัท แปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด ภายใต้ชื่อ “โครงการความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษา ระบบทวิภาคี”

■ การตั้งคณะทำงาน โดยระดมกำลังจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับผู้บริหาร ระดับปฏิบัติการ และภาคีต่าง ๆ เพื่อหาข้อตกลงร่วมกันในการกำหนดเป้าหมายและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งอาจจะรวมถึงการใช้งบประมาณดำเนินการ รวมทั้งด้านองค์ความรู้ หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินโครงการ

■ การกำหนดคุณสมบัติของนักศึกษา ผู้สมัครในระดับ ปวช. จะต้องสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า ส่วนระดับ ปวส. ผู้สมัครต้องสำเร็จการศึกษาในระดับ ปวช. หรือ มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญในการเข้าร่วมโครงการคือ ต้องสมัครเป็นพนักงานของบริษัท แปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด หรือเป็นพนักงานของบริษัทฯ จนกว่าจะจบการศึกษา ซึ่งมีอัตราค่าจ้างตามโครงสร้างเงินเดือนของบริษัทฯ

■ การออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอน โดยคำนึงถึงเนื้อหาที่เกี่ยวกับการส่งเสริมทักษะการทำงานของพนักงาน ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการของบริษัทด้วยเช่นกัน

■ ต้องเป็นคนมีความรับผิดชอบทั้งการเรียนและการทำงาน รวมทั้งต้องปฏิบัติตามกฎของวิทยาลัยและกฎของบริษัทอย่างเคร่งครัด

สำหรับสถานที่และเวลาในการเรียนนั้น ใช้สถานที่ในบริษัท แปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด เป็นสถานที่ทำการเรียนการสอน เริ่มเรียนตั้งแต่เวลา 17.30 – 20.00 น. ระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ โดยเปิดภาคเรียนเดือนพฤษภาคม – มีนาคม ของทุกปีการศึกษา นอกจากนี้ยังมีการจัดสถานที่ภายในบริษัทฯ เพื่อให้เอื้อต่อการเรียนการสอน เช่น จัดให้มีห้องสมุดเพื่อให้นักศึกษาได้ค้นคว้าเพิ่มเติมความรู้ จัดให้มีหอพักสำหรับนักศึกษาเพื่อให้อำนวยความสะดวกไม่ต้องเดินทางในเวลา กลางคืน นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังมีการมอบทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่มีผลการเรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์

โรงเรียนในโรงงาน:

แนวทางสร้างการเรียนรู้ของכםสร้างสุขในองค์กร



รูปภาพที่ 11 บรรยากาศในการเรียนการสอน



รูปภาพที่ 12 ภาพความสำเร็จของนักศึกษา

ผลการดำเนินโครงการ

บริษัท แปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด ได้เริ่มทำโครงการความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษา ระบบทวิภาคี มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 ถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2556) มีนักศึกษาจบจากวิทยาลัยแห่งนี้ไปแล้ว 11 รุ่น จำนวน 401 คน นักศึกษาได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะ จากประสบการณ์จริงทั้งยังได้รับสวัสดิการในระหว่างเรียนและการฝึกงานด้วย เช่น เบี้ยเลี้ยง เบี้ยขยัน โบนัส ที่พัก อาหาร

และสิ่งที่เป็นผลลัพธ์สำคัญคือความรัก ความผูกพันต่อองค์กร โดยอาจจะประมวลได้ดังนี้

- เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีโดยการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งเป็นการทำ CSR ที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคม

- เป็นวิธีการหนึ่งในการสรรหาพนักงานประจำที่มีความรู้ความสามารถตรงกับตำแหน่งงาน โดยอาจลดเวลารวมทั้งค่าใช้จ่ายในการสอนงานและการทดลองงานลงได้

- ช่วยลดปัญหาการลาออกของพนักงาน และแก้ปัญหาการนำเข้าแรงงานจากต่างประเทศเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในประชาคมอาเซียน โดยสามารถให้นักศึกษาซึ่งเป็นนักศึกษาที่มีความรู้เฉพาะทางเข้าปฏิบัติงานทดแทนพนักงานที่ขาดไปหรือเป็นผู้ช่วยพนักงานและให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับลักษณะงาน โดยเป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ

- องค์ความรู้ทางวิชาการ และคณาจารย์ที่อยู่ในบริษัทสามารถช่วยแก้ปัญหาให้กับองค์กรได้ซึ่งเป็นการลดภาระงานภายในขององค์กรเป็นอย่างดี อีกทั้งยังก่อให้เกิดความร่วมมือทางวิชาการระหว่างผู้บริหารสถานประกอบการกับคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน บริษัทแปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด ยังคงมุ่งมั่นให้การสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังขยายโอกาสไปยังกลุ่มที่ไม่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และยังเปิดสาขาวิชาช่างอุตสาหกรรมเพิ่ม เพื่อยกระดับการดำเนินงานของโครงการและยกระดับความรู้ความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทฯ ซึ่งเป็นพันธกิจหลักที่ต้องการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลทั้งแก่องค์กรและสังคม โดยมุ่งมั่นพัฒนาทักษะขององค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อยกระดับสู่การเป็นองค์กรแห่งความสุขอย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป เมื่อพิจารณาแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขของทีมสร้างสุขบริษัทแปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด จะเห็นว่าได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถให้แก่บุคลากรผ่านโครงการที่เรียกว่า “โรงเรียนในโรงงาน” ซึ่งพบว่ามีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับหลักการจัดการศึกษาข้างต้นเกือบทั้งหมด โดยเริ่มตั้งแต่องค์ประกอบด้านผลผลิต / ผลลัพธ์ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้มีพัฒนาการทุกด้านเต็มตามศักยภาพ ถึงแม้ว่าโรงเรียนจะตั้งอยู่ภายในโรงงานแต่ก็มีส่วนเอื้อให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาได้ ซึ่งในส่วนนี้ก็ถือว่าเป็นการทำกิจกรรมด้าน Happy Society ด้วยเช่นกันที่มีส่วนสนับสนุน ส่งเสริมกิจกรรมชุมชน

ส่วนองค์ประกอบด้านกระบวนการ ทางบริษัท ฯ เองก็มีการจัดกระบวนการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นอกจากนี้มีการจัดบรรยายภาคการเรียนรู้เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาคารสถานที่ ห้องเรียน รวมทั้งมีที่พักสำหรับนักเรียนที่เป็นพนักงานของบริษัทฯ เองด้วย เนื่องจากช่วงเวลาเรียนเป็นช่วงเย็น สำหรับบางคนมีที่พักอาศัยอยู่ไกล การเดินทางยามค่ำคืนอาจจะไม่สะดวก ทางบริษัทฯ แก้ปัญหาโดยการสร้างที่พักให้แก่พนักงานในบริเวณโรงงาน ซึ่งช่วยคลายความกังวล ทำให้พนักงานที่เป็นนักเรียนไม่ต้องเดินทางยามค่ำคืน ประการสุดท้ายคือองค์ประกอบด้านการจัดการ ในส่วนนี้ทางบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับวิทยาลัยการประมงติณสูลานนท์ ในการส่งครูที่มีความสามารถจัดการเรียนการสอนตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครู มารับผิดชอบในการถ่ายทอดความรู้ นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังมีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการให้พนักงานสามารถฝึกปฏิบัติได้จริง มีห้องสมุดสำหรับเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม และมีพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมกีฬาและการพักผ่อนเหมาะสม นอกจากนี้มีการสนับสนุน สื่ออุปกรณ์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการเหมาะสม ทันสมัย และเพียงพอ

ปัจจัยความสำเร็จ

สำหรับการดำเนินโครงการความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษา ระบบ ทวิภาคี ในสถานประกอบการ โดยร่วมกับหน่วยงานการศึกษาในพื้นที่ ถือได้ว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความสุขและความสำเร็จให้เกิดขึ้นแก่องค์กร ผลจากการดำเนินโครงการที่ผ่านมาเป็นบทพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า มีส่วนสำคัญ ในการสร้างให้เป็นองค์กรแห่งความสุขได้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยความสำเร็จของ การดำเนินงาน พบว่ามีปัจจัยที่สนับสนุนสำคัญหลายประการด้วยกัน ซึ่งอาจจะ ประมวลได้ดังนี้

- ด้านผู้บริหาร เป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์กร ให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลที่ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้กำหนดนโยบายโดยเน้นเรื่องการพัฒนาคนเป็น อันดับแรก

- คณะทำงาน เป็นผู้มีหน้าที่รับนโยบายจากผู้บริหารมาสู่การปฏิบัติ อีกทั้งเป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายสูงสุด นั่นคือ ความสุขและความสำเร็จขององค์กร

- การมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร ซึ่งทำให้องค์กรเกิดการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง และยังส่งผลให้บุคลากรเกิดความรักในองค์กรเนื่องจากบุคคลเหล่านั้น มีความรู้สึกในความเป็นเจ้าขององค์กร ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ในการทำงานระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรในองค์กรทุกระดับชั้น เป็นการลดช่องว่าง ในการทำงาน

- ความพร้อมเรื่องสถานที่ จะเห็นได้ว่าทาง บริษัทแปซิฟิคแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด ได้จัดเตรียมสถานที่สำหรับการเรียนการสอนไว้พร้อม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์สนับสนุนต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการศึกษ ตั้งแต่ที่พักอาศัย ที่เรียน ห้องสมุดหรือแม้กระทั่งมุมพักผ่อน

■ ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายภายนอก เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ส่งผลต่อความสำเร็จของการเรียนการสอนภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับความร่วมมือจากสถานศึกษาภายนอกที่ส่งครูเข้ามาร่วมถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการให้แก่นักศึกษา

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของบุคลากร ผู้เขียนเชื่อว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญของทีมงานสร้างสุของค์กร ซึ่งทุกองค์กรสามารถนำไปปฏิบัติได้ อันจะก่อให้เกิดผลดีในระยะยาว หากแต่การนำไปประยุกต์ใช้ ควรต้องคำนึงถึงบริบทขององค์กร และความต้องการขององค์กรด้วย และควรกำหนดให้มีคณะทำงานมารับผิดชอบโดยตรง ตลอดจนมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ควรต้องมีการจัดการการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญ สอดคล้องกับพันธกิจหลักของบริษัท รวมทั้งต้องกำหนดข้อตกลงในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน ต้องรับรู้และเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปด้วยกัน ซึ่งจะทำให้กระบวนการขับเคลื่อนงาน เกิดพลัง มีความเป็นเอกภาพ

ท้ายที่สุดเป้าหมายหลักของการพัฒนาทั้งหมด ก็เพื่อยกระดับความรู้ พัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เพราะความรู้และความสามารถของบุคลากร ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าขององค์กรที่จะก่อให้เกิดความเติบโตขององค์กร รวมทั้งการพัฒนาวัฒนธรรมที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการยกระดับการปฏิบัติงาน รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงาน กระบวนการผลิต และงานบริการ ที่ตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ อันเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร บุคลากร ในองค์กร นั่นก็คือความสุขและความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กรนั่นเอง

บรรณานุกรม

- ดวงมารินทร์ ไชยเทพ. ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์. บริษัทแปซิฟิกแปรรูปสัตว์
น้ำ จำกัด. 18 มิถุนายน 2557. สัมภาษณ์.
- บริษัท แปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด. (2557). *วิทยาลัยในโรงงาน*, 25 กรกฎาคม 2557.
<http://www.pfp-pacific.com>.
- ประภาพรพรณ อุ๋นอบ และ พรธิตา วิเศษศิลปานนท์. (2555). *การจัดการความรู้
สู่องค์กรแห่งความสุข: แนวคิดและบทเรียนจากกรณีศึกษา*. กรุงเทพมหานคร:
พี.เอ. ลีฟวิง.
- พรชัย เจดามาน. (2556). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. 2 สิงหาคม 2557, [http://
www.oknation.net/blog/jedaman/2013/03/29/entry-1](http://www.oknation.net/blog/jedaman/2013/03/29/entry-1).
- วีระพันธ์ แก้วรัตน์. (2554). *การฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*.
19 สิงหาคม 2557, <http://it.nation.ac.th/person/file/>.
- ศรินทิพย์ ทองเพ็ชร. หัวหน้าแผนกฝึกอบรมและพัฒนา. บริษัทแปซิฟิกแปรรูป
สัตว์น้ำ จำกัด. 18 มิถุนายน 2557. สัมภาษณ์.
- ศิริพันธ์ กิตติสุขสถิต และคณะ. (2555). *คุณภาพชีวิตการทำงานและความสุข*.
โครงการจิตตาสถาบันการณความสุขของคนทำงานในประเทศไทย สถาบันวิจัย
ประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สอฝียะ เหมมันต์. เจ้าหน้าที่สวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์. บริษัทแปซิฟิกแปรรูป
สัตว์น้ำ จำกัด. 18 มิถุนายน 2557. สัมภาษณ์.
- เสกสรรค์ สนวา. (2555). *การพัฒนาบุคลากรแนวใหม่ : ผลลัพธ์ที่มีต่อองค์กร*.
2 สิงหาคม 2557, [http://www.stou.ac.th/study/sumrit/4-55\(500\)/
page1-4-55\(500\).html](http://www.stou.ac.th/study/sumrit/4-55(500)/page1-4-55(500).html).
- อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์. (2552). *การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual plan)*.
19 สิงหาคม 2557, [http://km.moj.go.th/info/pdf/e631cf199d37a-
f47986af2d4ffffccc3b.pdf](http://km.moj.go.th/info/pdf/e631cf199d37af47986af2d4ffffccc3b.pdf)
- อรุณ จันทวานิช และคณะ. (2547). *โรงเรียนสมบูรณ์แบบ*. 19 สิงหาคม 2557,
www.moe.go.th/main2/article/Perfect_school1.html

การประยุกต์ใช้ Happy 8 :

จากความสุขในองค์กรสู่ความสุขในบ้าน

ทิพวัลย์ รามรัง

การขับเคลื่อน Happy Workplace หรือองค์กรแห่งความสุขเป็นที่นิยมทำกันทั้งในองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคธุรกิจบริการ หรือแม้กระทั่งในภาคอุตสาหกรรม ก็ล้วนแล้วแต่หันมาให้ความสนใจในการพัฒนาองค์กรพัฒนาบุคลากร เพราะต่างเชื่อว่าการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ ในการที่จะขับเคลื่อนองค์กร จะทำให้องค์กรกลายเป็นองค์กรที่มีคุณภาพ มีผลผลิตที่น่าพึงพอใจ และที่สำคัญคือคนทำงานมีความสุข เพราะหากพูดถึงความสุขแล้วก็คงจะเป็นที่ต้องการของคนแทบทุกคน แต่การทำให้ความสุขเกิดขึ้นจริงในองค์กรอย่างยั่งยืนนั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย หลายองค์กรจึงมีนโยบายในการสร้างสุขในองค์กรโดยการจัดตั้งทีมงานในการพัฒนาหรือมอบความสุขให้กับบุคลากร ซึ่งอาจจะจะเป็นนักพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HR) หรือมีการรวมกลุ่มจากตัวแทนของฝ่ายงานต่าง ๆ บางองค์กรเรียกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านี้ว่าทีมสร้างสรรค์ป็นสุข ทีมสร้างสุข ฯลฯ หรืออะไรก็ได้แล้วแต่ตามแต่ที่องค์กรต่าง ๆ จะตั้งชื่อเรียก แต่หน้าที่หลัก ๆ ก็คงจะคล้ายคลึงกันคือเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มาเป็นแกนนำในการทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาหรือสร้างความสุขให้บุคลากรในองค์กร บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านี้ก็อาจจะต้องค้นคว้า

หาความรู้ทั้งหนังสือ เว็บไซต์ แหล่งความรู้ต่างๆ เพื่อให้สามารถออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการหรือลดความทุกข์ของพนักงานในองค์กรให้ได้มากที่สุด บางองค์กรได้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลดังกล่าวข้างต้นจากการส่งบุคลากรไปอบรม พัฒนาเพิ่มความรู้ในหลักสูตรต่างๆ เช่น หลักสูตรผู้จัดการงานสร้างสุข หลักสูตรทีมสร้างสุขขององค์กร ฯลฯ แต่เชื่อได้ว่าความรู้ที่ได้รับทั้งจากประสบการณ์ การศึกษาค้นคว้า หรือแม้กระทั่งการฝึกอบรม ล้วนเป็นความรู้ที่จะสามารถพัฒนาองค์กรให้กลายเป็นองค์กรแห่งความสุข หรือจนกระทั่งกลายเป็นองค์กรต้นแบบที่สามารถเป็นแบบอย่างให้องค์กรอื่น ๆ ศึกษาดูงานเป็นตัวอย่าง หลาย ๆ องค์กรประสบความสำเร็จจากการนำความรู้เกี่ยวกับ Happy Workplace ไม่ว่าจะเป็น แนวคิด เครื่องมือ หรือองค์ความรู้ต่าง ๆ มาปรับใช้ในองค์กรของตน ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ และอาจจะมีประโยชน์เพิ่มมากขึ้นหากมีการนำความรู้นี้มาประยุกต์ใช้กับชีวิตด้านอื่นๆ ที่สำคัญไม่แพ้ด้านการทำงาน เช่น ด้านชีวิตครอบครัว

ตามที่ทราบกันดีแล้วว่าชีวิตมนุษย์ มีส่วนที่สำคัญหลัก ๆ 2 ด้าน คือ ด้านชีวิตการทำงาน และชีวิตครอบครัว หลายคนจึงพยายามที่จะไขว่คว้าหางานที่มั่นคง เพื่อให้มีรายได้เลี้ยงตนเอง ครอบครัวได้อย่างสุขสบาย และก็ได้ฝันถึงครอบครัวอบอุ่น เข้มแข็ง ที่จะทำให้รู้สึก อบอุ่น มีกำลังใจ กำลังใจ และเป็นแรงผลักดันในการใช้ชีวิต หลายคนจึงพยายามที่จะสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ซึ่ง ศิริภัสสร วงศ์ทองดี (2552) ให้ความหมายว่าเป็น “การกำหนดเวลาในการดำเนินชีวิตให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมสำหรับงาน ครอบครัว สังคม และตนเอง” หากสามารถสร้างสมดุลยภาพระหว่างชีวิตกับงานได้จะช่วยให้เกิดความอยู่ดีกินดีมีสุขภาวะในชีวิตซึ่งจะส่งผลและมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดความสำเร็จความมั่นคงและความก้าวหน้าในองค์กรและสังคมในที่สุด

ฉะนั้นไม่ว่าจะเป็นชีวิตครอบครัว หรือชีวิตการทำงาน คนแทบทุกคนก็น่าจะต้องการทำให้เกิดความสุข และต้องเป็นความสุขอย่างสมดุล ผู้เขียน

เชื่อว่าผู้ที่ได้อ่านบทความชิ้นนี้หลาย ๆ คน อยู่ในทีมสร้างสุขขององค์กรซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องการสร้างสุขขององค์กรมาบ้าง บทความของผู้เขียนในเล่มที่แล้ว เคยนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องกิจกรรมสร้างสุขในองค์กรที่เน้นความสุขในครอบครัวของพนักงานมาแล้ว บทความนี้ผู้เขียนจึงมีความตั้งใจจะนำเสนอแนวความคิดใหม่ ๆ ที่จะทำให้ครอบครัวมีความสุข โดยไม่จำเป็นต้องรอให้ได้รับการส่งเสริมจากองค์กร แต่เราทุกคนสามารถทำได้เองในครอบครัวของเรา เป็นการนำความรู้ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในหลาย ๆ ด้าน คือการนำความรู้เกี่ยวกับ Happy Workplace ในส่วนของ Happy 8 ประการ ไปประยุกต์ใช้ในครอบครัว ซึ่งนอกจากจะส่งผลที่ดีให้กับครอบครัวของตนเองยังสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานคนอื่นๆ ได้ด้วย

ปูแนวคิดใหม่บนแนวคิดเดิม “องค์กรแห่งความสุข ด้วย Happy 8 ประการ”

ความสุขในองค์กรหรือ Happy Workplace คือการสร้างความสุขโดยยึดหลักความสุข 8 ประการ หรือ (Happy 8) ซึ่งหลายคนอาจจะรู้จัก Happy 8 ประการกันเป็นอย่างดีแล้ว แต่สำหรับผู้ที่ยังสนใจเรื่องการสร้างสุขในองค์กร อาจจะยังมีคำถามคาใจว่าคืออะไร ผู้เขียนขออธิบายสั้นๆ ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความสุขในชีวิตของคนทำงานที่ครอบคลุมทั้งด้านกาย ใจ สังคม และจิตปัญญา ประกอบไปด้วยความสุข 8 ประการ (Happy 8 Menu) ได้แก่ 1) Happy Body สุขภาพดีทั้งกายและใจ 2) Happy Heart มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกัน 3) Happy Relax ผ่อนคลายดี 4) Happy Brain ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ 5) Happy Soul มีคุณธรรมและศีลธรรมในการดำเนินชีวิต 6) Happy Money มีเงิน รู้จักเก็บ รู้จักใช้ ไม่เป็นหนี้ 7) Happy Family มีครอบครัวอบอุ่นและมั่นคง และ 8) Happy Society สังคมดี

Happy 8 ประการ เป็นเครื่องมือที่หลายคนที่ขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขใช้ในองค์กรกันมาบ้างแล้ว แต่ผู้เขียนคิดว่า ความสุขทั้ง 8 ประการนี้เป็นความสุขพื้นฐานของชีวิตมนุษย์ที่ทุกคนต้องการ จึงน่าจะสามารปรับใช้ในชีวิตด้านอื่น ๆ ได้ เช่น ชีวิตครอบครัว เพื่อให้ครอบครัวมีความสุขเช่นเดียวกัน

ครอบครัวแห่งความสุข

ครอบครัวแห่งความสุข คือครอบครัวที่มีบรรยากาศภายในครอบครัวที่อบอุ่น ในที่นี้ผู้เขียนขอเรียกว่า ครอบครัวเข้มแข็งซึ่ง หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีจุดหมาย มีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการพึ่งพาตนเอง พร้อมทั้งจะเกื้อกูลสังคมและคนรอบข้างปรับตัวอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีแนวทางการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคจนสามารถแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี (สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2552: 42) เป็นสภาพครอบครัวที่พึงประสงค์อันเกิดจากการรวมตัวในรูปแบบที่หลากหลายของบุคคลที่มาดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีจุดหมาย และสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม (มนนิภา สังข์ศักดิ์ดา, 2545: 49) เพื่อตอบสนองความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของสมาชิกในครอบครัว มีการอบรมบุตรหลานให้เป็นคนดีของสังคม ตลอดจนการดูแลสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ด้อยโอกาส หรือช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ (นิตยา กมลวาทินนิศา, 2545: 15) เป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีความรักใคร่กลมเกลียวช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน มีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน และรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีสุขภาพดี รู้จักดูแลที่อยู่อาศัยให้สะอาดถูกสุขลักษณะ ตลอดจนมีความรับผิดชอบประกอบอาชีพสุจริต รู้จักประหยัด และออมเพื่อสร้างฐานะของครอบครัว นอกจากนี้ บิดา มารดา หรือหัวหน้าครอบครัวต้องทำตนให้เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณธรรม อบรมดูแลสมาชิกในครอบครัวให้เป็นคนดี ตลอดจนปฏิบัติตามครรลองของระบอบประชาธิปไตย (กองพัฒนาสตรี เด็ก และเยาวชน, 2543: 31-32)

จากความหมายข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ครอบครัวเข้มแข็ง หมายถึง ครอบครัวที่มีความรัก ความอบอุ่น ความสุขที่เกิดจาก สมาชิกในครอบครัว สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ พี่พาดตนเองได้ สามารถปรับตัวได้ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีวิธีการจัดการปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับครอบครัว มีการดำเนินชีวิตที่ตอบสนองซึ่งกันและกัน ทั้งด้านการให้ความสุข ปัจจัยการดำเนินชีวิต ช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในครอบครัวและยังสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ ความเข้มแข็งของครอบครัว เป็นสภาพครอบครัวที่ต้องการของสังคมไทย

สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (2552) จัดทำมาตรฐานครอบครัวเข้มแข็ง ซึ่งพัฒนาจากดัชนีความอยู่ดีมีสุขด้านชีวิตครอบครัว พ.ศ. 2546 ร่วมกับผลการวิจัยครอบครัวใน 5 จังหวัด 5 ภูมิภาค พ.ศ. 2548 ให้เป็นมาตรฐานครอบครัวเข้มแข็งเชิงสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมไทย 5 ด้าน คือ สัมพันธภาพ การพึ่งตนเอง พุนทางสังคม การปรับตัวในภาวะยากลำบาก และการหลีกเลี่ยงและ/หรือการจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วยมาตรฐาน 7 ด้าน และตัวชี้วัดครอบครัวเข้มแข็ง 37 ตัวชี้วัด ผู้เขียนจึงนำมาตราฐานทั้ง 7 ข้อมาเชื่อมโยงกับ Happy 8 Menu หรือกล่องความสุข 8 ประการ

ตารางที่ 2 แสดงการเชื่อมโยงมาตรฐานครอบครัวเข้มแข็งและแนวคิด Happy 8

มาตรฐาน ตัวชี้วัดครอบครัว เข้มแข็ง 7 ด้าน	รายละเอียด/ความหมาย	Happy 8 menu
ด้านสัมพันธภาพ	ครอบครัวที่สมาชิกมีความมุ่งมั่นในการสร้าง และคงความเป็นครอบครัวร่วมกัน มีความรัก ความผูกพันต่อกัน ซึ่งแสดงออกโดยการ สื่อความหมาย ยกย่อง รับผิดชอบ ทำกิจกรรม ร่วมกัน	Happy Family, Happy Heart, Happy Relax
ด้านการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจ	ครอบครัวสามารถบริหารจัดการรายรับรายจ่าย ให้เกิดความมั่นคงในความเป็นอยู่และอาชีพ	Happy Money
ด้านการพึ่งพาตนเองทางสุขภาพ	ครอบครัว สามารถส่งเสริม และดูแลสุขภาพ ของสมาชิกได้	Happy Body
ด้านการพึ่งพาตนเองทางข้อมูลข่าวสารและโอกาสในการเรียนรู้	ครอบครัวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และมีโอกาสเรียนรู้เพื่อพัฒนาครอบครัว โอกาสในการเรียนรู้	Happy Brain
ด้านทุนทางสังคม	ครอบครัวมีความไว้วางใจ รู้สึกปลอดภัย ภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน สังคม	Happy Society
ด้านการปรับตัวได้ในภาวะยากลำบาก	ครอบครัวมีการติดตามรู้ทันสถานการณ์สามารถ ปรับตัวได้อย่างสร้างสรรค์ และฟื้นตัวได้เมื่อเผชิญกับภาวะยากลำบากต่างๆ ที่เกิดขึ้น	Happy Brain, Happy Soul
ด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง	ครอบครัว สามารถป้องกันและแก้ไขปัญหา	Happy Soul

กิจกรรมสำหรับสร้างสุขในครอบครัว

การสร้างความสุขในครอบครัวโดยการใช้ Happy 8 หรือความสุข 8 ประการนั้น น่าจะไม่ใช่ว่าทำได้ยากในฐานะทีมสร้างสุข ที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ที่จะขับเคลื่อนครอบครัวตนเองให้มีความสุข สำคัญคือเราต้องมีเวลาในการอยู่ร่วมกับครอบครัว และทำในกิจกรรมในครอบครัวให้มากขึ้น ผู้เขียนขอแนะนำกิจกรรมดี ๆ ที่เราจะทำร่วมกันกับครอบครัว ซึ่งจะสามารถตอบโจทย์ความสุขทั้ง 8 ประการ

Happy Body กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Body พื้นฐานที่น่าจะทำได้กันอยู่บ้างในบางครอบครัว คือ การออกกำลังกาย พ่อแม่สามารถส่งเสริมให้ลูกมีนิสัยในการออกกำลังกายโดยการชวนกันไปออกกำลังกายในช่วงเย็นหลังเลิกเรียนของลูก ๆ หรือในวันหยุด คุณเยาวมาลย์ พันธุ์เพ็ง เจ้าหน้าที่แรงงานสัมพันธ์และกิจกรรม หนึ่งในผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรผู้จัดการงานสร้างสุขขององค์กร เล่าว่า

“ในครอบครัวมีการทำกิจกรรมร่วมกันในวันหยุด เพื่อดึงลูกหลานออกจากการเล่นเกมส์ เล่นคอมพิวเตอร์ เพราะการนั่งเล่นนาน ๆ จะเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาสุขภาพ เสี่ยงคลิสิกภาพ รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา ทุกวันอาทิตย์ซึ่งพ่อแม่หยุดงาน และลูก ๆ ก็ไม่ต้องไปโรงเรียนจึงหากิจกรรมนอกบ้านทำร่วมกัน เช่น ไปด้วยน้ำ ปั่นจักรยาน ถือได้ว่าเป็นการออกกำลังกายร่วมกัน นอกจากจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงแล้ว ยังช่วยกระชับความสัมพันธ์ของคนในบ้าน และทำให้ลูก ๆ ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์มากขึ้นด้วย”

จะเห็นได้ว่าบางครั้งการปล่อยให้สมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะลูกหลานที่มีอายุน้อย ทำกิจกรรมใดเพียงลำพังเป็นเวลานาน ก็อาจจะส่งผลเสียด้านต่าง ๆ ได้ สิ่งที่เราควรทำคือ ดึงเขาออกจากกิจกรรมเหล่านั้นและหากิจกรรมดี ๆ ที่สามารถส่งเสริมสุขภาพกาย สุขภาพใจ หรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับสมาชิก เพื่อลดเวลาที่ลูก ๆ จะหันไปทำกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ลงบ้าง

นอกจากนี้ยังผู้เขียนขอเสนอกิจกรรมง่าย ๆ ที่สามารถทำในครอบครัวได้คือการดูแลในเรื่องอาหารการกินของคนในครอบครัวให้ได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ครบทั้ง 5 หมู่ หรืออาจจะทำอาหารร่วมกันเพื่อความสะอาด ถูกสุขลักษณะ และส่งผลที่ดีต่อร่างกายของคนในครอบครัวอีกทางหนึ่ง

Happy Relax กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Relax คือการทำกิจกรรมให้เกิดบรรยากาศผ่อนคลายในครอบครัว เช่น การพาสมาชิกครอบครัวไปพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ จะเป็นการท่องเที่ยวต่างจังหวัด ท่องเที่ยวในจังหวัดตามแต่งบประมาณของครอบครัว หากมีงบประมาณจำกัดในการใช้จ่ายในครอบครัวไม่ให้เหลือสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อน ทีมสร้างสุขในครอบครัวอาจจะออกแบบกิจกรรมพักผ่อนเพียงแค่วางสาดธารณะใกล้บ้าน ไปนั่งพักผ่อนลมเย็น ๆ พูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว ให้อาหารปลา เพียงเท่านั้นก็น่าจะสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายให้กับคนในบ้านได้ไม่มากนักน้อย หากไม่ต้องการออกนอกบ้าน จะหากิจกรรมทำร่วมกันภายในบ้านก็ย่อมได้ เช่น ช่วยกันทำอาหารเพื่อรับประทานร่วมกัน ปลูกผัก ปลูกต้นไม้ ดอกไม้ ร่วมกันบริเวณบ้าน ก็น่าจะเป็นวิธีการผ่อนคลาย และยังเป็นการออกกำลังกายได้อีกด้วย Happy Relax กับ Happy Body สามารถทำร่วมกันได้ นอกจากจะได้ความผ่อนคลายแล้ว สุขภาพร่างกายและจิตใจก็จะดีตามมาด้วย

Happy Money กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Money เริ่มต้นง่าย ๆ โดยการทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งหลายองค์กรได้ให้ความรู้เรื่องนี้กับพนักงาน เพียงแค่พนักงานซึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัวนำความรู้ที่ได้นี้มาใช้ภายในครอบครัวของตนเอง ก็จะช่วยบริหารจัดการการเงินภายในครอบครัวได้ดีขึ้น เพราะทราบรายรับรายจ่ายในละเดือนของครอบครัว สิ่งที่เราควรทำอย่างยิ่งคือ ให้สมาชิกในครอบครัวทุกคนได้รับทราบสถานะการเงินของครอบครัว เพื่อที่จะให้ทุกคนในครอบครัวมีส่วนร่วมช่วยในการประหยัด อดออม หรือใช้จ่ายให้เหมาะสมของสภาพทางการเงินของครอบครัวและที่สำคัญอย่างยิ่งพ่อแม่ควรสร้าง

ความตระหนักให้บุตรหลานในครอบครัวเห็นความสำคัญ คุณค่าของการออม โดยอาจจะหากระปุกออมสินให้ลูก ๆ ตั้งแต่เป็นเด็ก ๆ และปลูกฝังให้ลูก เหลือเงินกินขนมจากโรงเรียนมาหยอดกระปุกออมสิน

นอกจากนี้ครอบครัวยังสามารถสร้างรายได้เสริม จากความรู้ที่ติดตัว ของสมาชิกในบ้าน เช่น อาจจะได้รับความรู้ในเรื่องการปลูกพืช หรืองานฝีมือ ต่าง ๆ จากที่ทำงานของคุณพ่อคุณแม่ หรือจากโรงเรียนของลูก ๆ หากครอบครัว พอมจะมีพื้นที่รอบ ๆ บริเวณบ้าน ก็สามารถนำมาสร้างกิจกรรมทำร่วมกันในครอบครัว เช่น ทำแปลงปลูกผัก ทำโรงเรือนเพาะเห็ด ไว้รับประทานเอง จะได้ไม่ต้องซื้อผัก ในราคาแพง มีสารพิษตกค้างจากท้องตลาด หรืออาจจะจำหน่ายแจกเพื่อนบ้าน หรือคนในชุมชนเรียกได้ว่านอกจากจะลดรายจ่ายแล้วอาจจะสามารถสร้างรายได้ เสริมให้กับครอบครัวอีกทางด้วย แต่หากบ้านมีพื้นที่จำกัดไม่สามารถ ปลูกผักได้ อาจจะประดิษฐ์งานฝีมือ เช่น พรมเช็ดเท้า ถักโครเชต์ เพื่อสร้างรายได้ให้ครอบครัว ก็น่าจะเป็นวิธีที่น่าสนใจอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ผู้เขียนขอเสนอเพิ่มเติมว่า แคะใน ครอบครัวรู้จักคัดแยกขยะ เป็นขยะเปียก ขยะแห้ง ขวด พลาสติก หรือขวดแห้ง ต่าง ๆ เพราะส่วนหนึ่งของขยะมาจากครัวเรือนหากมีการจัดการที่ดี ก็สามารถ สร้างรายได้พิเศษให้กับครอบครัวได้อีกทางหนึ่ง

Happy Brain กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Brain ที่สำคัญที่สุดคือการ ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวได้รับการศึกษาในระบบการศึกษาตามวัย และ ส่งเสริมให้ได้รับความรู้เพิ่มเติมตามช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารในชีวิต ประจำวัน สมาชิกในครอบครัวอาจจะช่วยกันกระตุ้น หรือปลูกฝังให้ สมาชิก ในครอบครัวรักการศึกษาค้นหาความรู้อยู่เสมอ คุณธรรารัตน์ สัญญะโม นักวิชาการ สาธารณสุขชำนาญการ โรงพยาบาลสวนผึ้ง หนึ่งในผู้ผ่านการอบรมหลักสูตร ทีมสร้างสุของค์กร และผู้จัดการงานสร้างสุของค์กร กล่าว

“ที่บ้านจะมีการจัดตารางตัวกันระหว่างพี่น้อง ทุกคนมีตารางเรียน อยู่แล้ว แต่ก็จะทำตารางตัวขึ้นมาด้วย เพื่อที่จะช่วยกันหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่อง

ต่าง ๆ ทั้งความรู้เกี่ยวกับการเรียน ความรู้ทั่วไปที่ควรรู้ ทั้งในหนังสือ อินเทอร์เน็ต มาพูดคุยกัน ทำมาตั้งแต่น้องชายเรียนชั้นประถมศึกษาตอนนี้น้องชายกำลังจะสอบเข้ามหาวิทยาลัย ก็ยังทำอยู่ตลอดแม้ตอนนี้จะอยู่กับคนละที่ ก็จะใช้ไลน์กลุ่มในการติดต่อสื่อสาร เมื่อมีข้อมูลดี ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาหรือการทำงาน ก็จะนำไปลงไว้ในไลน์ เพื่อให้ทุกคนได้อ่าน ไม่ว่าจะมีความรู้เรื่องอะไร ทั้งเรื่องการสอบเข้าเรียน เรื่องการสอบเข้าทำงาน ทุกคนจะช่วยหาข้อมูลเพื่อนำมาเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจร่วมกัน”

จะเห็นได้ว่า การช่วยกันศึกษาหาความรู้ในเรื่องต่าง ๆ สามารถทำได้ แม้สมาชิกในครอบครัวจะไม่ได้อยู่ด้วยกัน แต่ก็ยังสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้เกิดประโยชน์ และข้อมูลความรู้ยังเป็นประโยชน์ให้คนในครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ดีอีกด้วย

Happy Heart กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Heart เป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวหลาย ๆ คน หรือ พ่อแม่ที่มีลูกหลาย ๆ คน คงต้องการให้ลูกรู้จักการแบ่งปัน ทั้งเรื่องเสื้อผ้า ของใช้ ของเล่น หรือแม้กระทั่งของกินต่าง ๆ พ่อแม่จึงจำเป็นต้องปลูกฝังให้ลูก ๆ มีนิสัยในการแบ่งปันตั้งแต่เด็ก รู้จักที่จะให้น้อง รู้จักการเสียสละ ซึ่งหากทำได้ตั้งแต่เด็กนิสัยเหล่านี้จะติดตัวไปถึงตอนเป็นผู้ใหญ่ แต่สิ่งที่พ่อแม่ควรระวังคือ อย่าให้น้องรู้สึกว่าได้รับของเก่าต่อจากพี่เสมอ เพราะอาจจะเกิดอาการน้อยใจ เป็นปมด้อยติดตัวตลอดเวลา แต่หากบางครอบครัวที่มีงบประมาณจำกัด ไม่สามารถซื้อของใหม่ ๆ ให้กับลูกได้ทุกคน ก็อาจจะสร้างคุณค่าให้สิ่งของเหล่านั้น เพื่อให้เขาารู้สึกได้รับสิ่งที่ดีและมีค่าที่สุดไป หรือบอกให้เขาเข้าใจถึงความจำเป็นที่เขาต้องใช้ของต่อจากพี่ เขาอาจจะรู้สึกมีคุณค่าที่ได้แบ่งเบาภาระครอบครัว นอกจากนี้ ในเรื่องงานบ้านต่าง ๆ พ่อแม่อาจจะให้ลูก ๆ ได้มีส่วนในการช่วยแบ่งเบา ด้วยการมอบหมายงานบ้านที่เหมาะสมกับวัย ของลูก ๆ ให้เขาช่วยทำ เขาจะได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมในครอบครัว และยังสร้างนิสัยรับผิดชอบ รู้จักหน้าที่ของตนได้อีกทาง

Happy Soul กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Soul หรือการมีความสุข
ในศาสนา หรือความเชื่อที่สมาชิกในครอบครัวนับถือ มีสติ มีศีลธรรมในการ
ดำเนินชีวิต หลาก ๆ ครอบครัว คงจะมีกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านนี้ให้สมาชิก
ในครอบครัวอยู่บ้าง โดยส่วนใหญ่อาจจะคิดถึงการพาครอบครัวเข้าวัดทำบุญ
ของชาวพุทธ การพาครอบครัวไปโบสถ์ในวันอาทิตย์ของชาวคริสต์ การไปทำ
กิจกรรมทางศาสนาที่มัสยิดของชาวมุสลิม หรือการไปทำกิจกรรมตามศาสนาหรือ
ความเชื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกับ นายเฉลิมราช กันภัย นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล
บริษัทคอมเทรตติ้งจำกัด หนึ่งในผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรผู้จัดการงานสร้างสุข
องค์กร เล่าว่า

“ในครอบครัวจะไปทำกิจกรรมทำบุญกันทุกสัปดาห์ ก่อนหน้านี้นั้นส่วนตัว
ไม่ค่อยได้เข้าวัดทำบุญแต่พอมีครอบครัว ภรรยาเป็นคนชอบทำบุญ ทำเหมือน
เป็นชีวิตประจำวัน เพราะเขาเคยมีเรื่องไม่สบายใจ ทั้งเรื่องงาน เรื่องการสูญเสีย
คนในครอบครัว และมีพระบอกให้เขาทำบุญเยอะๆ พอเขาหันมาพึ่งทางธรรม
ทำบุญ เขาก็ดีขึ้น ก็เลยทำมาเป็นประจำ และก็พาเราไปทำด้วย ก็เลยสงสัยว่า
ทำแล้วได้อะไร และทำเยอะไปไหม เขาก็บอกเราว่า ทำแล้วสบายใจ และถาม
กลับว่า อะไรที่เรียกว่าเยอะไป เขาไม่ได้ทำเยอะหรือทำจนเกินกว่ากำลัง ระยะเวลา
ก็เลยได้ทำเป็นประจำ ก็รู้สึกสบายใจ ครอบครัวมีความสุข มีสติในการใช้ชีวิต
ปรับปรุงตัวเองทั้งในเรื่องการพูดจา พฤติกรรมต่าง ๆ ในทางที่ดีขึ้น”

จะเห็นได้ว่า การทำบุญเป็นประจำสิ่งแรกที่ได้คือ ความสบายใจ ความสุข
ในการดำรงชีวิต และยังสามารถทำให้เรามีสติในการทำสิ่งต่าง ๆ ผู้เขียนเชื่อว่า
หากเรามีสติที่ดี ไม่ว่าครอบครัวจะมีปัญหา หรืออุปสรรคต่าง ๆ ก็จะสามารถ
ฝ่าไปได้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่สามารถทำให้เกิด Happy Soul ภายใน
ครอบครัวได้อีก เช่น การฝึกสมาธิ ด้วยการนั่งสมาธิหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะ
สามารถให้ลูกหลานจดจ่อกับสิ่งที่กำลังทำ การเล่นโยคะ ซึ่งจะได้ทั้งสมาธิ และ
ร่างกายแข็งแรงด้วย หรือแม้กระทั่งการปลูกฝังให้ลูกหลานในครอบครัวเป็นคนดี
มีคุณธรรมตั้งแต่เด็ก ๆ

Happy Society กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Society หรือการมีสังคมที่ดี แน่นอนว่าครอบครัวหลาย ๆ ครอบครัวรวมกันจะเป็นสังคม ซึ่งทั้งสองส่วนจะเกี่ยวพันกัน ง่าย ๆ ว่าถ้าครอบครัวดีสังคมก็ดีขึ้นในทางกลับกัน หากบรรยากาศสังคมรอบข้างที่ดีก็จะส่งผลที่ดีต่อครอบครัวของเราเช่นกัน ง่าย ๆ ที่เราสามารถทำได้ คือการปลูกฝังให้สมาชิกในครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม รู้จักที่จะช่วยเหลือสังคม เช่นในวันหยุด อาจจะพากันไปทำความสะอาดวัด โรงเรียน หรือสถานที่สาธารณะประโยชน์ต่าง ๆ หากจะทำในรูปแบบการรวมกลุ่มหลาย ๆ ครอบครัวเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากการรวมกลุ่มเพื่อบำเพ็ญประโยชน์หรือเพื่อสาธารณะประโยชน์แล้วนั้น ยังสามารถรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมอื่น ดังที่ คุณรุ่งรัตน์ ปิ่นสุวรรณ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาองค์กร (Organization Development Manager) บริษัทสลาแมนเดอร์ จิวเวลรี่ จำกัด อีกหนึ่งในผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรทีมสร้างสุของค์กรและผู้จัดการงานสร้างสุข เล่าว่า

“ลูกเป็นโรคหอบหืด ต้องหมั่นออกกำลังกาย และเขาเป็นเด็กที่ชอบทำกิจกรรม เช่น การเดินเวลาเขาได้ทำเขาก็จะมีความสุข ช่าง ๆ บ้านก็จะมีเด็กที่ชอบทำกิจกรรมเขาจะทำกิจกรรมให้โรงเรียน ลูกกับหลานได้ไปดูการซ้อมรำของเด็กข้างบ้าน ก็เลยถามลูกว่าอยากรำด้วยไหม พอลูกตอบว่าอยากรำ ก็เลยจัดเป็นกลุ่มสอนรำในตอนเย็นและวันหยุด นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันถักนังยางเป็นกำไร สร้อยคอ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำเพื่อให้เด็ก ๆ ในชุมชนมีเพื่อนในการทำกิจกรรม ไม่ไปมั่วสุม หรือทำกิจกรรมในทางเลื่อมเสีย”

การรวมกลุ่มทำกิจกรรมให้เกิดประโยชน์ของคนในชุมชน ละแวกบ้านที่เราอยู่อาศัย สามารถสร้างชุมชนที่อยู่อาศัยให้เป็นพื้นที่ดี ๆ ที่น่าอยู่ คนในชุมชนได้ดูแลกันและกัน เป็นหูเป็นตาให้กันและกัน ลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น การที่ชุมชนดี สังคมดี คนในครอบครัวทุกคนก็จะมีความสุข และปลอดภัย

Happy Family กิจกรรมที่ส่งเสริม Happy Family ในครอบครัว ด้านนี้น่าจะเป็นสิ่งที่ครอบครัวทำได้ไม่ยาก และทำกันอยู่ในทุกบ้าน เพราะถือว่าทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในครอบครัวน่าจะเป็นเรื่องดี ๆ ที่ทำให้สมาชิกในครอบครัวมีความสุข ตั้งแต่การอบรมเลี้ยงดูลูกหลาน การทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือก่อให้เกิดความสุขในครอบครัว ผู้เขียนเห็นว่าการทำกิจกรรม ในทุก Happy ที่ได้กล่าวมานั้น จะส่งเสริมให้เกิด Happy Family หรือการมีครอบครัวที่ดีมีความสุข

ในส่วนต่อไปนี้เป็นคำแนะนำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับกิจกรรมในครอบครัวที่สอดคล้องกับ Happy 8 ประการ และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นหลังจากการทำกิจกรรม ตามรายละเอียดในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลลัพธ์การนำแนวคิด Happy 8 มาใช้ในครอบครัว

Happy 8 ประการ	กิจกรรมในครอบครัว	ผลลัพธ์
Happy Body	- ออกกำลังกายร่วมกันในวันหยุด - ดูแลอาหารการกินครบ 5 หมู่	สุขภาพร่างกายดีทั้งครอบครัว และยังเป็น การส่งเสริมให้ลูกมีนิสัยรักการออกกำลังกายติดตัวไปในอนาคต
Happy Relax	- การท่องเที่ยวร่วมกันในวันหยุด - การพักผ่อนในสวนสาธารณะ ใกล้บ้าน - การช่วยกันทำอาหารรับประทานร่วมกันในครอบครัว - การช่วยกันปลูกผัก ปลูกต้นไม้ ดอกไม้ บริเวณบ้าน	สมาชิกในครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การเรียน พ่อแม่ลูกได้ใกล้ชิดกัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นได้อีกด้วย
Happy Money	- การทำบัญชีครัวเรือน - จัดหากระปุกออมสิน และสร้างความตระหนักในเรื่องการออมให้ลูกๆ	รู้สถานะทางการเงินและบริหารจัดการ ได้อย่างเหมาะสม มีรายได้เสริม มีเงินออม

Happy 8 ประการ	กิจกรรมในครอบครัว	ผลลัพธ์
	- ปลุกฝึกแก้ปัญหาหรือจำหน่าย - ทำงานประดิษฐ์ งานฝีมือต่างๆ จำหน่าย - คัดแยกขยะสร้างรายได้	
Happy Brain	- ส่งเสริมให้รับความรู้ตามวัย ในระบบการศึกษา - ส่งเสริมให้ได้รับข้อมูลข่าวสาร - การตีว, แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ในครอบครัว	สมาชิกในครอบครัวมีความรู้มีข้อมูล ในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ
Happy Heart	- ฟ้าให้น้อง แบ่งสิ่งของเครื่องใช้ ทั้งอุปโภค บริโภค ให้น้อง - ส่งเสริมให้ลูกๆ ช่วยทำงานบ้าน ตามช่วงวัย	รู้จักการให้การแบ่งปัน และยังรู้จะ ที่จะช่วยเหลือสมาชิกในครอบครัว
Happy Soul	- ทำกิจกรรมทางศาสนา - เล่นโยคะ - ฝึกสมาธิ - ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้ ลูกหลาน	สมาชิกในครอบครัวสบายใจ มีความสุข มีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในครอบครัว
Happy Society	- รวมกลุ่มทำกิจกรรมสาธารณ ประโยชน์ - รวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน - ปลุกฝังลูกหลานให้รัก ชุมชน สังคม ที่อยู่อาศัย	สังคมดี น่าอยู่ ครอบครัวอยู่อย่าง มีความสุขปลอดภัย
Happy Family	- การอบรมเลี้ยงดู - การทำกิจกรรมร่วมกันของคน ในครอบครัว	ทุกคนในครอบครัวมีความสุข

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่หลาย ๆ ครอบครัวยังทำอยู่บ้างแล้ว บางครอบครัวอาจจะทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ให้สมาชิกในครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ให้สมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข แต่อาจเป็นเพียงบางด้าน ผู้เขียนจึงถือโอกาสนำความรู้ในเรื่อง Happy Workplace ในส่วนของ Happy 8 ประการ มาเชื่อมโยงกับการออกแบบกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกในครอบครัวมีความสุขครบทั้ง 8 ประการได้ง่าย ๆ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้นว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ครอบครัวทำจะช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีความสุขด้านใด เพื่อร่วมกันสร้างความสุขให้ครบตามความต้องการทั้ง 8 ประการ โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือ ความสุขของครอบครัว

ปัจจัยความสำเร็จ

การจะสามารถสร้างสุขในครอบครัว เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวมีความสุขนั้น สิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญคือสมาชิกในครอบครัว ต้องร่วมมือกัน และเห็นความสำคัญของการเป็นครอบครัว มีความต้องการเห็นครอบครัวของตนมีความสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่เป็หน้าครอบครัวต้องเป็นผู้นำในการทำกิจกรรม และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสมาชิก ผู้ตาม หรือสมาชิกคนอื่น ๆ ต้องมีส่วนร่วมและปฏิบัติตาม ผู้เขียนเห็นว่า ครอบครัวที่จะสามารถออกแบบกิจกรรมหรือทำกิจกรรมสร้างสุขร่วมกันได้ดี ควรจะต้องเป็นครอบครัวที่สมาชิกอยู่กันอย่างพร้อมหน้า มีความสัมพันธ์ที่ดี สมาชิกมอบความรักความห่วงใยหรือแสดงออกถึงความผูกพันกันอย่างชัดเจน หรือหากเป็นครอบครัวที่ไม่ได้อยู่ร่วมกันอย่างพร้อมหน้าก็ควรมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ จนไม่รู้สึกลังเลความห่างเหิน มีการไถ่ถามสารทุกข์กับด้วยความรักความห่วงใย จนรู้สึกว่าตนมีความสุขที่ได้เป็นสมาชิกในครอบครัวและเฝ้ารอที่จะมีโอกาสได้พบเจอหรือทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

จากที่ผู้เขียนได้นำเสนอไปนั้น จะเห็นได้ว่าสิ่งสำคัญที่จะทำให้ครอบครัวมีความสุขและมีความต้องการที่จะทำกิจกรรมร่วมกันคือความรัก ความผูกพัน จนกระทั่งเกิดความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัว การทำครอบครัวให้เป็นครอบครัวดี มีความสุข ต้องใช้ความร่วมมือของคนทั้งครอบครัวโดยสมาชิกในครอบครัวควรจะบอกถึงความต้องการของตนว่าตนต้องการทำอะไร อยากทำกิจกรรมแบบไหน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกัน จะได้ไม่รู้สึกเบื่อหน่าย และมีความสุขที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการสื่อสารกันภายในครอบครัว ไม่ว่าจะอยู่ร่วมกันหรืออยู่ไกลกัน ก็ควรที่จะมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพื่อที่จะรับรู้ทุกข์สุขของกันและกัน หากเป็นสมาชิกครอบครัวที่อยู่ด้วยกันก็ควรหมั่นให้เวลาดูแลและทำกิจกรรมร่วมกัน เพราะบางคนก็ละเลยสิ่งใกล้ตัว หากอยู่ไกลกันก็หมั่นติดต่อสื่อสารกันและพยายามทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงเวลาที่ได้อยู่ร่วมกันก็อาจขดเขยเวลาที่ต้องห่างกันได้บ้าง ความสุขในครอบครัวก็จะเกิดขึ้น และจะเป็นภูมิคุ้มกันที่ทำให้บุคคลในครอบครัวแข็งแรง เพราะมีกำลังใจในการใช้ชีวิตในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- กองพัฒนาสตรี เด็ก และเยาวชน. (2543). *ปัจจัยที่สนับสนุนความเข้มแข็งของครอบครัว*. กรุงเทพมหานคร: กองพัฒนาสตรี เด็ก และเยาวชน.
- เฉลิมราช กันภัย. นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล. บริษัทคอมพิวเตอร์ดี จำกัด. 15 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.
- ธารรัตน์ สัณญะโม. นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ. โรงพยาบาลสวนผึ้ง. 15 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.
- นิตยา กมลวัฒน์นิศา. (2545). *ความอยู่ดีมีสุข: เป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา*. วารสารเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 39 (1):15.

การประยุกต์ใช้ Happy 8:
จากความสุขในองค์กรสู่ความสุขในบ้าน

- มนนิภา สังข์ศักดิ์ดา. (2545). *ครอบครัวเป้าหมายการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ*.
วารสารเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 39 (1): 49.
- เยาวมาลย์ พันธุ์เพ็ง. เจ้าหน้าที่แรงงานสัมพันธ์และกิจกรรม. บริษัทไทยซัมมิต
ฮาร์เนส จำกัด มหาชน. 15 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.
- รุ่งรัตน์ ปิ่นสุวรรณ. OD Manager. บริษัทสลาแมนเดอร์ จิวเวอรี่ จำกัด.
15 กรกฎาคม 2557. สัมภาษณ์.
- ศิริภัสสรวงศ์ทองดี. (2552). *การสร้างสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน (Work-Life balance/Work- life Effectiveness)*. กรุงเทพมหานคร : สถาบัน
ดำรงราชานุภาพ.
- สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2552). *การศึกษาและพัฒนาแบบ
จำลองประเมินสถานการณ์ ครอบครัวไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน
กิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคง
ของมนุษย์.

องค์กรแห่งความสุขกับการดูแลชุมชน : การกิจของทีมสร้างสุของค์กร

ลักขมี มีแก้ว

บทนำ

ปัจจุบันแนวคิด Happy Workplace เป็นแนวคิดที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ในปี พ.ศ. 2557 ราชบัณฑิตยสถานจึงได้บัญญัติคำว่า องค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ลงในพจนานุกรมคำศัพท์ภาษาไทย โดยให้คำนิยามไว้ว่า “หน่วยงาน สถานประกอบการ สถานศึกษา ที่ทำงาน ที่มีความมั่นคงก้าวหน้าตามจุดประสงค์ของภารกิจคนในองค์กรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีความพึงพอใจและตั้งใจทำงาน สถานที่ทำงานมีบรรยากาศเกื้อหนุนให้บุคลากร มีสุขภาพดีและทุกคนทุกระดับในองค์กรทำงานร่วมกันอย่างสมานฉันท์ องค์กรแห่งความสุข มีกระบวนการที่เน้นสุขภาวะของคนทำงานในองค์กร” จากคำนิยาม จะเห็นได้ว่า Happy Workplace เป็นหนึ่งกระบวนการหรือเครื่องมือที่มุ่งสร้างสุขภาวะเพื่อให้คนทำงานในองค์กรได้อย่างมีความสุขและสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองจนองค์กรดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แนวคิด Happy Workplace จึงเป็นเครื่องมือที่หลายองค์กรนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริหารงานเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานให้น่าอยู่ เพื่อให้สมาชิกหรือพนักงานในองค์กรใช้ชีวิตอยู่ในองค์กรอย่างมีความสุข พร้อมจะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ตามหน้าที่ของตน ย่อมทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนงานไปได้ตามเป้าหมายขององค์กรได้

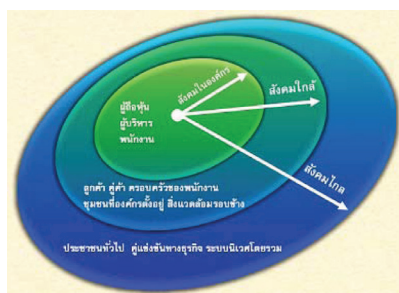
แต่ความพร้อมในการขับเคลื่อนงานภายในองค์กรอาจไม่เพียงพอต่อความสำเร็จของการบริหารงานขององค์กร เพราะคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าองค์กรไม่ได้ตั้งอยู่เพียงลำพังในสังคม องค์กรเป็นเพียงหน่วยย่อยหนึ่งในระบบสังคมเท่านั้น ซึ่งภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคมย่อมมีผลต่อการขับเคลื่อนงานขององค์กรด้วยเช่นกัน เช่น ประชาชนทั่วไป ชุมชนรอบข้าง คู่แข่งขันทางธุรกิจ เป็นต้น เพราะฉะนั้นนอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับความพร้อมหรือคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภายในองค์กรแล้ว การให้ความสำคัญกับระบบการดำเนินชีวิตหรือคุณภาพชีวิตของสังคมนรอบข้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนรอบข้างองค์กรที่เป็นภาคส่วนในสังคมที่มีความใกล้ชิดกับองค์กร และได้รับผลจากการดำเนินกิจกรรมไม่ว่าจะในทางบวกหรือทางลบจากองค์กรมากที่สุด จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรได้รับการสนับสนุนจากชุมชนให้สามารถดำรงอยู่และขับเคลื่อนองค์กรไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หากพิจารณาการจัดกิจกรรม Happy Workplace ในองค์กร กับการดำเนินกิจกรรม CSR จะพบว่า มีความเชื่อมโยงและคล้ายคลึงกัน ในวัตถุประสงค์ของกิจกรรม Happy Workplace ในมิติของการมีสังคมที่ดี (Happy Society) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรรู้จักแบ่งปัน สร้างประโยชน์ให้กับสังคมด้วยจิตสำนึกสาธารณะ เป็นการส่งต่อหรือแสดงออกถึงความมีน้ำใจที่องค์กรหรือสถานประกอบการมีต่อชุมชนโดยอาศัยการดำเนินงานกิจกรรม CSR รูปแบบต่าง ๆ โดยพนักงานที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงาน Happy Workplace ในองค์กร ที่เรียกกันว่า “ทีมสร้างสุของค์กร” ที่นอกเหนือจากจะมุ่งสร้างความสุขให้เกิดภายในองค์กรแล้วยังสามารถส่งความสุขและมุ่งดูแลชุมชนรอบข้างองค์กรด้วย ดังนั้นการดำเนินกิจกรรม Happy Workplace นอกเหนือจากจะมุ่งสร้างสถานประกอบการให้เป็นที่ทำงานที่น่าอยู่แล้วยังสามารถเชื่อมโยงไปสู่การสร้างชุมชนรอบข้างให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่ได้อีกด้วย

ซึ่งในปัจจุบันมีหลากหลายองค์กรที่ดำเนินงานด้าน Happy Workplace และได้นำกิจกรรมทางด้าน Happy Workplace ไปปรับใช้เป็นเครื่องมือในการทำ CSR อีกรูปแบบหนึ่งโดยเน้นการดูแลและพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับชุมชนรอบข้าง ผู้เขียนจึงต้องการนำเสนอตัวอย่างองค์กรที่นำกิจกรรม Happy Workplace ในรูปแบบต่าง ๆ ไปดำเนินกิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้พนักงาน หรือ ทีมสร้างสุขในองค์กรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในการดูแลชุมชนรอบข้างเป็นการดูแลเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งชุมชนได้รับประโยชน์ต่อไปด้วย

แนวคิด CSR: Corporate Social Responsibility

CSR: Corporate Social Responsibility เป็นการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยคำนึงถึงผลกระทบของสังคม ซึ่งตรงกับคำในภาษาไทยคือ “บรรษัทภิบาล” เป็นการคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข ซึ่งการดำเนินกิจกรรมขององค์กร หมายรวมถึงทุกกระบวนการบริหารจัดการขององค์กร ตั้งแต่การวางแผนงาน การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานที่มุ่งไปที่การดูแลรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากองค์กรใน 3 ระดับ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงระดับความสัมพันธ์ที่องค์กรมีต่อสังคม

ที่มา: <http://www.thaicssr.com>

จากแผนภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ขององค์กรกับสังคมรอบข้างที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ดูแล และรับผิดชอบ ซึ่งแบ่งระดับสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรได้ 3 ระดับ ได้แก่ สังคมในองค์กร เป็นระดับความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดและมีผลสัมพันธ์ต่อการดำเนินงานขององค์กรมากที่สุด ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น และพนักงาน และสังคมใกล้ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวยของพนักงาน และชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ หมายรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศรอบๆ องค์กรด้วย สุดท้ายคือ สังคมไกล เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับองค์กรในด้านอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ และประชาชนทั่วไป กล่าวคือผู้ที่ได้รับผลจากการดำเนินงานขององค์กรในทางใดทางหนึ่ง

■ วัตถุประสงค์ของการทำ CSR

ปัจจุบันองค์กรชั้นนำหลายแห่งต่างก็ตระหนักและหันมาให้ความสนใจในเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรม CSR อาจแตกต่างกันไปตามรูปแบบต่างๆ เช่น การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) หรือเน้นการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) รวมถึงอาจเป็นการทำ CSR แบบให้เปล่า โดยการบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) หรือการเป็นอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) หรือจะเป็นการประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) ก็เป็นอีกวัตถุประสงค์ของการทำ CSR เช่นกัน

รวมถึงเครื่องมือหรือวิธีการทำกิจกรรม CSR ก็อาจแตกต่างกันไปตามกลวิธีของแต่ละองค์กรแต่เป้าประสงค์สุดท้าย คือ การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่สังคมได้รับจากองค์กร ซึ่งงาน Happy Workplace ในองค์กรก็เป็นอีกแนวคิดที่องค์กรนำไปปรับใช้เพื่อมุ่งสร้างสุขและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานในองค์กร โดยผ่านการทำกิจกรรม/ โครงการสร้างสุข

ในองค์กร ที่เรียกว่า “Happy 8” โดยมุ่งหวังให้คนในองค์กรได้รับการพัฒนาความสุขที่รอบด้านทั้ง 8 มิติ ได้แก่ การมีสุขภาพดี (Happy Body), การมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Happy Heart), การมีคุณธรรม ศรัทธาในศาสนา (Happy Soul), การผ่อนคลาย (Happy Relax), การแสวงหาความรู้ (Happy Brain), การมีเศรษฐกิจการเงินที่ดี (Happy Money), การมีครอบครัวที่ดี (Happy Family) และการมีสังคมที่ดี (Happy Society) ซึ่งแนวคิดและกระบวนการสร้างสุข โดยผ่านการจัดกิจกรรมเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ทีมสร้างสุขขององค์กรสามารถนำไปปรับใช้นอกเหนือจากจะมุ่งสร้างสุขและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานในองค์กรแล้ว ยังมุ่งพัฒนาและสร้างสุขให้กับองค์กรรอบข้างโดยการดำเนินกิจกรรม CSR ควบคู่กัน

ซึ่งกิจกรรม Happy Workplace ขององค์กรนอกเหนือจากส่งเสริมให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกันภายในองค์กรแล้ว ยังมีหลาย ๆ องค์กรที่ดำเนินกิจกรรม Happy Workplace โดยการส่งเสริมให้พนักงานจัดหรือเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรที่มุ่งถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนโดยใช้หลักแนวคิดชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เพื่อมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนมาปรับใช้ในการทำกิจกรรม CSR ด้วย เพื่อให้ผู้อ่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักแนวคิดชุมชนสัมพันธ์ ผู้เขียนขอกล่าวถึงรายละเอียดของแนวคิดชุมชนสัมพันธ์และหลักการมีส่วนร่วมดังนี้

แนวคิดชุมชนสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม (Community Relations and Participation)

กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญมากที่สุดกลุ่มหนึ่งขององค์กรต่าง ๆ คือ “ชุมชน” ซึ่งเป็นบ้าน/ ที่ตั้งขององค์กร การมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับชุมชนทำให้ชุมชนมีโอกาและยินดีที่จะเข้าร่วมกับกิจกรรมขององค์กร องค์กรเองสามารถส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ชุมชนด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หรือการประชุมกับคนในชุมชน

การดำเนินกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ จึงเป็นแนวคิดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการลดบรรยากาศความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม

ธนดี บุญลือ (ม.ป.ป.) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในงานชุมชนสัมพันธ์นั้น ต้องประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ ได้แก่

1. ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นในชุมชนและผู้นำชุมชน
2. อิทธิพลกลุ่มมีบทบาทสำคัญในความสามัคคีหรือความเป็นปึกแผ่นของกลุ่ม และการส่งเสริมทัศนคติและ ความคิดเห็นของกลุ่ม จึงต้องระดมการมีส่วนร่วมของกลุ่ม
3. องค์กรให้การสนับสนุนในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน เป็นที่พึงพาของชุมชนได้
4. การปรากฏตัวในชุมชนเพื่อพบปะทักทายเยี่ยมเยือนชุมชน
5. ใช้คนในชุมชนนั้นเป็นแหล่งข่าวของชุมชนและกระบอกเสียงกระจายข่าวที่ต้องการให้ชุมชนรับทราบ
6. จัดกิจกรรมเปิดบ้าน (Open House) ให้ชุมชนได้เข้าเยี่ยมชมใกล้ชิดการทำงานขององค์กร
7. สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนเท่าที่จะทำได้

การมีส่วนร่วมถือเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการ สร้างเสริมองค์กรสู่ภาวะต่าง ๆ ที่องค์กรต้องการดำเนินการร่วมกับชุมชนในการดูแลชุมชนและสังคมรอบข้าง โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องการการมีส่วนร่วมของพนักงานทั่วไปและประชาชนในพื้นที่ชุมชน จึงจะส่งผลให้การบริหารจัดการงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ดังนั้นการนำแนวคิดชุมชนสัมพันธ์มาปรับใช้จะทำให้กิจกรรม CSR ที่องค์กรดำเนินการเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การดำเนินกิจกรรมประสบผลสำเร็จได้

โกวิท พวงงาม (2550), ฤทธิกุล (2551), เอกวิทย์ นวเศรษฐ (2554) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมไว้อย่างคล้ายคลึงกัน สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่คน ครอบครัว หรือองค์กรในชุมชนเข้ามามีส่วนในการคิด การตัดสินใจ การวางแผนดำเนินการพัฒนาครอบครัวและชุมชนของตนเอง ซึ่งอาจมีส่วนร่วมแบบตัวแทนหรือแบบเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือร่วมดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง เพื่อร่วมพัฒนาชุมชนในส่วนที่เป็นที่อยู่อาศัยในการดำรงชีวิตของตนเอง

แต่หากจะมองการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน จะมีความหมายของการมีส่วนร่วมที่แคบลง จะมองในเชิงของประชาชนที่อาศัยอยู่พื้นที่นั้น ๆ โดยที่ประชาชนจะมีทั้ง สิทธิ และหน้าที่ ที่จะเข้าร่วมในการแก้ปัญหาของเขา มีความรับผิดชอบมากขึ้นที่จะสำรวจตรวจสอบความจำเป็นในเรื่องต่างๆ การระดมทรัพยากรท้องถิ่น และเสนอแนวทางแก้ไขใหม่ ๆ เช่นเดียวกับการก่อตั้งและดำรงรักษาองค์กรต่าง ๆ ในท้องถิ่น

การดำเนินกิจกรรม Happy Workplaces กับการดูแลชุมชนนั้น เป็นโครงการของบริษัทหนึ่ง ๆ ที่ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเพื่อส่งมอบความสุขให้กับชุมชนและคนในชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของพนักงานในบริษัทในการลงไปทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ภายใต้บริบทของการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของคนในชุมชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวด้วย ทั้งนี้เป้าหมายก็เพื่อมุ่งดูแลชุมชนรอบข้างซึ่งเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านขององค์กรหรือบริษัทนั่นเอง เป็นการดูแลเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งชุมชนได้รับประโยชน์จากการทำกิจกรรมนั้น ๆ อีกด้วย

องค์กรกับการดูแลชุมชน

ในบทความนี้ผู้เขียนจะขอเขียนเล่าถึงรูปแบบการดำเนินการหรือขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรมด้านการดูแลชุมชนและสังคมที่ประสบความสำเร็จ

โดยจะยกกรณีที่คุณเขียนได้สัมผัสจากประสบการณ์การทำงานด้านการสนับสนุนการขับเคลื่อนงาน Happy Workplace ในพื้นที่มาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมดังกล่าว มักมีรูปแบบการดำเนินงาน และปัจจัยสนับสนุนที่คล้ายคลึง ซึ่งผู้เขียนสรุปได้ดังนี้

■ จุดเริ่มต้นของการดำเนินกิจกรรมดูแลชุมชนและสังคม

การเริ่มต้นของกิจกรรม Happy Workplace เพื่อการดูแลชุมชนและสังคมขององค์กร มักมีจุดเริ่มต้นและปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากนโยบาย ปรัชญา หรือวิสัยทัศน์การดำเนินงานหลักขององค์กร การดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลชุมชนและสังคมจึงได้ถูกริเริ่มขึ้นภายใต้การดูแล และดำเนินกิจกรรมของทีมงานเฉพาะกิจที่ถูกแต่งตั้งขึ้นภายในองค์กร เพื่อมุ่งหวังให้มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กร ชุมชน และสังคม ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรสนับสนุนให้เกิดขึ้น เช่น การระดมของบริจาค การทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เป็นต้น

ซึ่งองค์กรที่มีโมเดลในการเริ่มต้นดำเนินกิจกรรมดูแลชุมชนและสังคมมาจากนโยบายหลักของบริษัทที่เด่นชัดมีหลากหลายองค์กร เช่น บริษัท ซีพีเอฟ ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือกลุ่มธุรกิจบริษัทซีพีเอฟ ซึ่งนโยบายของบริษัทจะเป็นนโยบายที่มาจากส่วนกลาง เป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการดูแลพนักงานให้ทำงานกับบริษัทอย่างมีความสุขและยั่งยืน จึงได้ประกาศคุณค่าหลักขององค์กร 6 ประการ ที่เรียกว่า ซีพีเอฟ เวย์ (CPF Way) ซึ่งเป็นกรอบที่องค์กรมุ่งหวังให้พนักงานมีพฤติกรรมดังค่านิยมดังกล่าว และหนึ่งในค่านิยมนั้น คือ การตอบแทนคุณแผ่นดิน คือ องค์กรต้องมีความพร้อมที่จะสร้างสาธารณะประโยชน์ รวมทั้งหลีกเลี่ยงที่จะไม่ กระทำการใด ๆ อันอาจก่อให้เกิดความเสื่อมเสีย ความเสียหายต่อส่วนรวม ต่อชุมชน ที่ตนดำรงอยู่ ซึ่งองค์กรเองมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในการดูแลชุมชนรอบข้างโดยการส่งเสริมให้พนักงานได้ช่วยเหลือสังคม โดยเริ่มจากการช่วยเหลือสังคมภายในบริษัทไปสู่สังคมภายนอก โดยมีการ

จัดตั้งชมรมบำเพ็ญประโยชน์เพื่อช่วยเหลือพนักงานในโรงงานและสังคมภายนอก อาทิ การปลูกป่าลดภาวะโลกร้อน เลี้ยงอาหารเด็กในวันเด็ก ทำความสะอาดชุมชนรอบข้าง ปล่อยสัตว์ทะเลมอบทุนการศึกษาบุตรข้าราชการทหาร ร่วมกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นกับชุมชนรอบข้าง เป็นต้น

■ เป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมดูแลชุมชนและสังคม

หากพิจารณาถึงเป้าหมายหลักที่องค์กรจัดกิจกรรมในการดูแลชุมชนและสังคม นอกเหนือจากจะเป็นไปตามกฎหมายกำหนดสำหรับบริษัท หรือองค์กรที่มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดมหาชนแล้ว อีกหนึ่งเป้าหมายหลัก คือ การส่งเสริมให้พนักงานภายในองค์กรได้เรียนรู้ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ พร้อมทั้งได้เรียนรู้บทบาทของการเป็นผู้ให้ รู้จักแบ่งปัน และยังสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชนหรือสังคมรอบข้างอีกด้วย เช่น มูลนิธิหัวใจอาสาเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่มีการดำเนินการที่มุ่งดูแลสังคม โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรในภาคธุรกิจเพื่อขยายผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกันผ่านโครงการที่เรียกว่า “Happy Heart to Happy Society” และมุ่งสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรในการร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชน และสังคมรอบข้างขององค์กร เช่น การระดมของบริจาค การทำกิจกรรมกับเยาวชน เป็นต้น รวมไปถึงมุ่งพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากรในองค์กรที่เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมในด้านการดูแลสังคมให้มีความรู้เกี่ยวกับการให้ โดยผ่านการจัดอบรมเกี่ยวกับกระบวนการจิตอาสา การศึกษาดูงานองค์กรต้นแบบ การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น

■ การดำเนินกิจกรรมดูแลชุมชนและสังคม

องค์กรที่มีการดำเนินกิจกรรม Happy Workplace และพัฒนาไปสู่การดำเนินกิจกรรม CSR แล้วประสบผลสำเร็จ มักเป็นองค์กรที่มีการแต่งตั้งคณะทำงานผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน โดยคณะทำงานดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่ทำให้กระบวนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นเตรียมการ กระบวนการ

วางแผน การเตรียมทรัพยากรในการดำเนินงาน การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม รวมไปถึงขั้นตอนในการสรุปผลการดำเนินงานด้วย ซึ่งกระบวนการดำเนินงานดังกล่าวจะเห็นได้ชัดในองค์กรที่มีการแต่งตั้งคณะทำงานที่ชัดเจน บางองค์กรเรียกคณะทำงานเหล่านี้ว่า “ทีมงานสร้างสุของค์กร” “คณะทำงาน Happy Workplace” หรืออีกหลาย ๆ ชื่อเรียก ยกตัวอย่างเช่น บริษัทสงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่มีการขับเคลื่อนงาน Happy workplace และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินกิจกรรม CSR ภายใต้ปรัชญาการดำเนินงานที่ว่า “มุ่งมั่นพัฒนาความกินดีอยู่ดีของชุมชน ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อจัดสรรทรัพยากรของบริษัทเพื่อให้ความช่วยเหลือต่อสังคม” โดยมีคณะทำงานที่เรียกว่า ทีมงานสร้างสุของค์กร ที่ชัดเจนในการบริหารจัดการโครงการหรือกิจกรรม โดยมีการดำเนินกิจกรรมดูแลสังคมในหลาย ๆ กิจกรรม เช่น โครงการฟื้นฟูระบบนิเวศของชุมชนรอบองค์กร โครงการเลี้ยงอาหารกลางวันแก่ผู้สูงอายุ โครงการมอบเงินทุนการศึกษา โครงการแบ่งปันรอยยิ้มให้แก่เด็กในชุมชน โดยการจัดกิจกรรมบริจาคสิ่งของและทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

■ ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรม

หากแบ่งผลลัพธ์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรในการดูแลชุมชนและสังคมโดยรอบองค์กร ผู้เขียนจะขอแบ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กร

องค์กร	ชุมชน
1. พนักงานในองค์กรได้มีโอกาสได้พบปะ และทำกิจกรรมร่วมกัน	1. เกิดความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน
2. พนักงานได้พัฒนาความมีจิตสาธารณะภายในตนเอง	2. คนในชุมชนได้เรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพ ในการบริหารจัดการกลุ่ม และชุมชน
3. องค์กรได้พัฒนาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างองค์กรและชุมชนรอบข้าง	3. เกิดจิตอาสา เสียสละ หรือกลุ่มคนที่จะเป็นแกนนำ หรือประสานงาน ในการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการพัฒนาภายในชุมชนได้
4. พนักงานเข้าใจในบทบาทความรับผิดชอบที่องค์กร และพนักงานพึงมีต่อชุมชนรอบข้าง	4. เกิดการขยายความร่วมมือ ระหว่างชุมชน และองค์กร ในการทำกิจกรรม เพื่อการพัฒนาชุมชนโดยรวมต่าง ๆ ร่วมกันมากขึ้น
5. องค์กรได้เปิดช่องทางการสื่อสารผ่านเวทีสภาผู้นำ เพื่อรับข้อคิดเห็นที่ชุมชนมีต่อองค์กร	

จะเห็นได้ว่า ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรมไม่ได้เกิดผลลัพธ์เฉพาะกับตัวองค์กรที่ดำเนินกิจกรรม CSR เพียงอย่างเดียว แต่ชุมชนซึ่งนับเป็นกลุ่มเป้าหมายในการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างองค์กรและชุมชน ย่อมได้รับผลประโยชน์ร่วมกันด้วย หากกิจกรรมหรือโครงการที่จัดนั้นตรงกับความต้องการได้รับความเห็นชอบ และได้รับความร่วมมือจากชุมชน

ซึ่งจากกรณีตัวอย่างที่กล่าวมา ยังมีอีกหลายองค์กรที่ดำเนินกิจกรรม Happy Workplace และส่งเสริมให้พนักงานได้มีกิจกรรมที่มุ่งดูแลชุมชนและสังคมรอบข้างด้วย เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเทอร์เน็ตชนันแนล, บริษัท

ไโลอัน (ประเทศไทย) จำกัด และอื่น ๆ อีกมากมาย จากประสบการณ์การทำงานที่มีโอกาสได้สัมผัสกับองค์กรต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงาน Happy Workplace และส่งเสริมสนับสนุนตัวองค์กร รวมถึงพนักงานในองค์กรให้ดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม ผู้เขียนพบว่าปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินกิจกรรมและโครงการ Happy Workplace ในการดูแลชุมชนและสังคมที่คล้ายคลึงกัน ดังประเด็นต่อไปนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

หากพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลให้กระบวนการขับเคลื่อนโครงการ/ กิจกรรมในเชิง CSR ขององค์กรที่ประสบความสำเร็จ เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่มุ่งหวังให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีทั้งต่อตัวพนักงาน องค์กร และชุมชน ในเชิงของสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน รวมถึงการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะในตัวปัจเจกบุคคล อาจมีปัจจัยสนับสนุนในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

1. นโยบายการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่ชัดเจนขององค์กร นโยบายการบริหารงานองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งส่งเสริมการทำกิจกรรมเพื่อดูแล ช่วยเหลือชุมชน และสังคมที่ชัดเจน ทำให้พนักงานในองค์กรมีแนวทางปฏิบัติในการออกแบบ ดำเนินงานขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีความชัดเจนมากขึ้นด้วย

2. พนักงานในองค์กรมีความรู้ มีใจเสียสละ และมีจิตสำนึกสาธารณะ สืบเนื่องจากการที่องค์กรมีการประกาศนโยบายที่ชัดเจน ทำให้การรับรู้ และความรู้เกี่ยวกับโครงการ/ กิจกรรมของพนักงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผสมกับพนักงานในองค์กรมีใจเสียสละที่จะเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการลักษณะ กระบวนการ วิธีขับเคลื่อนโครงการ/ กิจกรรมที่ชัดเจนจากการเข้ารับการอบรมความรู้เกี่ยวกับงานสุขภาวะองค์กรจากหน่วยงานสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จากเวทีการอบรมต่าง ๆ

เช่น การอบรมผู้จัดการงานสร้างสุของค์กร การอบรมเสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขด้วย MapHR เป็นต้น พนักงานซึ่งมีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ และจิตใจแห่งจิตสำนึกสาธารณะ ทำให้การดำเนินโครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมประสบผลสำเร็จ

3. การออกแบบรูปแบบหรือการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน รูปแบบกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับปัญหาที่ชุมชนต้องการความช่วยเหลือ หรือต้องการพัฒนาของชุมชนเอง เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินกิจกรรมได้รับการตอบรับ และยอมรับจากชุมชน เพราะผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมจะช่วยแก้ไขปัญหา พัฒนาชุมชนได้อย่างที่ชุมชนต้องการอย่างแท้จริง

4. การดำเนินกิจกรรมได้รับความร่วมมือจากชุมชน การดำเนินกิจกรรม/โครงการที่อยู่บนพื้นฐานของหลักการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งพนักงาน องค์กร และชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของโครงการหรือกิจกรรม และเต็มใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทำให้การดำเนินงานได้รับความร่วมมือทั้งในด้านของทรัพยากรสิ่งของ สถานที่ หรือบุคคลจากชุมชน อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

หากองค์กรใดต้องการนำการจัดกิจกรรม Happy Workplace ในองค์กรไปปรับใช้เป็นเครื่องมือในการทำกิจกรรม CSR และทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยการดูแลและพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับชุมชนรอบข้าง ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะที่ได้จากประสบการณ์การลงพื้นที่องค์กรจากหลาย ๆ แห่ง ซึ่งมีโอกาสได้รับทราบฐานคิดและเห็นขั้นตอนกระบวนการขับเคลื่อนการสร้างองค์กรแห่งความสุขจากองค์กร โดยการสร้างสถานประกอบการให้เป็นที่ทำงานที่น่าอยู่แล้วยังเชื่อมโยงไปสู่การสร้างชุมชนรอบข้างให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่ด้วย ดังนี้

1. ในการสร้างความสุขในมิติ Happy Society โดยการส่งเสริมให้พนักงานทำกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม องค์กรต้องมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม และกระตุ้นให้พนักงานเห็นความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การประกาศเป็นนโยบายการดำเนินงานของบริษัทที่พนักงานทุกคนพึงปฏิบัติ เป็นต้น

2. องค์กรควรมีการแต่งตั้งหรือมีคณะทำงานที่รับผิดชอบในโครงการหรือกิจกรรมดังกล่าวโดยเฉพาะ เช่น ทีมสร้างสุของค์กร ทีมงาน Happy Workplace เป็นต้น จะทำให้การเตรียมการ หรือการลงพื้นที่ชุมชนในการดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จได้

3. คณะทำงานต้องสื่อสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม รวมถึงประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ให้พนักงานและชุมชนรับทราบ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานและชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

4. การดำเนินกิจกรรม CSR และทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เพื่อชุมชน การวางแผนต้องใช้หลักการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงาน องค์กร และชุมชน เพื่อให้กิจกรรมที่จัดตรงกับความต้องการ หรือปัญหาที่ชุมชนต้องการความช่วยเหลือ และได้รับความร่วมมือจากชุมชนมากขึ้น

บทสรุป

องค์กรกับชุมชนเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านที่มีความใกล้ชิด การอยู่อาศัยรวมกันในพื้นที่อาณาบริเวณเดียวกัน การดำเนินกิจการงานใด ๆ ขององค์กรย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่า มักส่งผลต่อชุมชนรอบข้างไม่มากก็น้อย แต่หากองค์กรมีความรับผิดชอบต่อ และมุ่งที่จะดูแลปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นอย่างเหมาะสม ย่อมเป็นการดีที่จะแสดงให้เห็นถึงความมีน้ำใจ และความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อชุมชนและสังคม การดำเนินกิจกรรม Happy Workplace ในมิติของการส่งเสริม

ให้องค์กรมีน้ำใจ และจิตสำนึกสาธารณะ (Happy Society) นับเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่หลาย ๆ องค์กรสามารถนำไปปรับใช้เป็นเครื่องมือในการทำ CSR หรือการทํากิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ร่วมกับชุมชนได้อีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากจะได้สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชนหรือสังคมรอบ ๆ ข้างแล้วยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนทำงานในองค์กรให้ได้รับการพัฒนาศักยภาพจากภายในโดยส่งเสริมให้คนในองค์กรได้ทํากิจกรรมร่วมกันทั้งภายในองค์กร และทํากิจกรรมร่วมกับสมาชิกในสังคมภายนอกองค์กร ย่อมจะทำให้สังคมในที่ทำงานเป็นสังคมที่น่าอยู่ ผู้คนมีน้ำใจต่อกัน นอกจากนั้นยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กรมีต่อพนักงานในองค์กร ชุมชน และสังคมได้อีกทางหนึ่งด้วย

บรรณานุกรม

- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานพัฒนาระบบราชการ. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR: Corporate Social Responsibility*. กรุงเทพมหานคร: ก.พลพิมพ์ (1996) จำกัด.
- โกวิทย์ พวงงาม และคณะ. (2550). *การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญ*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มิสเตอร์ก๊อบบี้.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2551). *การมีส่วนร่วม: แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ*. เอกสารประกอบการศึกษาดูงานของคณะกรรมการธิการการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน วุฒิสภา วันอังคารที่ 17 มิถุนายน 2551 ณ สถาบันพระปกเกล้า.
- ชนวดี บุญลือ. (ม.ป.ป.). *สื่อมวลชนสัมพันธ์ชุมชนสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม (Media Relations, Community Relations, Public Participation)*. 24 กรกฎาคม 2557, http://pknow.edupol .org/Course/C2/document/15/15_2_5.pdf.

ประชุม สุวดี. (2551). *การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร:
สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). *รางวัล CSR Awards ประจำปี 2549*.
24 กรกฎาคม 2557, <http://www.csri.or.th/hall-of-fame>

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.
(2557). *รู้จักซีเอสอาร์*. 24 กรกฎาคม 2557, <http://www.thaicssr.com/>

เอกวิทย์ นวเศรษฐ. (2554). *การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมในการวางแผนชุมชน:
กรณีศึกษาชุมชนไฟโมสต์และชุมชนทรัพย์สินพัฒนา*. วิทยานิพนธ์ปริญญา
การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต. สาขาการวางแผน
ชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Philip Kotler and Nancy Lee. *Corporate Social Responsibility*,
(New Jersey, John Wiley & Sons, 2005), p.23.

ดัชนีคำหลัก

ก

กิจกรรมดูแลชุมชนและสังคม 106-107
 การจัดกระบวนการเรียนรู้ 69, 78
 การเปลี่ยนแปลง 1-5, 7-18, 28, 30-31, 62, 64-65
 การสื่อสารในองค์กร 4-7, 19, 28-30
 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ 11
 การสื่อสารแบบสองทาง 11, 16, 24, 36
 การฝึกอบรม 62-66, 81, 83
 การพัฒนาบุคลากร 20, 63-68, 72, 81

ค

ครอบครัวแห่งความสุข 84
 ความรับผิดชอบต่อสังคม 77, 102-104, 113
 เครือข่ายทางสังคม 101, 105
 เครือข่ายสังคมออนไลน์ 34, 37-40, 49-51, 60
 โครงการสร้างเสริมองค์กรสุขภาวะ 34-36, 40, 42, 45, 47, 50-55, 57, 61

ข

ชีวิตการทำงาน 4, 50, 65, 81, 83, 100
 ชีวิตครอบครัว 83, 85-86

น

ทิมสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 17-18

อ

ทิมสร้างสุของค์กร 2, 28-29, 33-35, 37, 43, 45-46, 49-52, 55-57, 59,
62-63, 80, 82-84, 90, 93, 99-100, 103, 112

แนวคิดชุมชนสัมพันธ์ 103-104

แนวคิดองค์กรสุขภาวะ 1, 4, 8, 10, 12-13, 34, 48

ก

ภาคีเครือข่ายองค์กรสุขภาวะ 43-44, 48-50, 54, 59

ม

มาตรฐานฝีมือแรงงาน 74

ส

สมาชิกครอบครัว 89, 97

สมาชิกภาคีเครือข่าย 50-51, 54, 57, 59

สื่อสังคมออนไลน์ 33-43, 46-61

ท

หลักสูตรการศึกษา 89, 97

หลักสูตรทิมสร้างสุของค์กร 50-51, 54, 57, 59

หลักสูตรผู้จัดการงานสร้างสุข 33-43, 46-61

อ

องค์กรแห่งความสุข 1-3, 12-13, 15-17, 19-25, 34-35, 37, 40, 43, 48, 50,
51, 53-56, 63, 68, 70, 74, 77-79, 81-85, 99, 111

A

Application 42, 61

C

Communication 6-7, 38, 44

Community Relations 103, 113

CSR 77, 100-104, 107-114

H

Happy 8 44, 46-47, 55, 63, 82, 84-88, 94, 96, 103

Happy Workplace 1, 4, 11, 19, 21-28, 34, 41, 44, 48, 50, 63, 68, 82-84,
96, 99-103, 105-112

I

Interpersonal Communication 6

K

Knowledge Sharing 66

L

Line 35, 43

O

Organization Communication 6

P

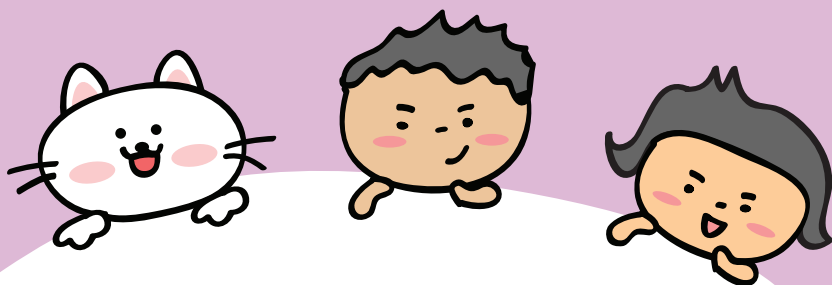
Performance 54

S

Social Media 33, 37-39

T

Two way Communication 36, 44



โครงการพัฒนากลไกทางวิชาการ
เพื่อสนับสนุนงานสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร
www.happy-workplace.com



สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว
และคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล