



ยุคยุคสร้างสุข

เมื่อเด็กรุ่นใหม่
วาดภาพ
องค์กรแห่งความสุข

ผศ. ดร.จรัมพร โห้ล้ำทอง

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
มหาวิทยาลัยมหิดล

คำนิยาม

ความสุขในองค์กรเป็นเรื่องที่ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการตั้งใจให้คนอยากอยู่ทำงานกับองค์กรอย่างยาวนาน ได้กลายเป็นสิ่งที่ท้าทายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคนทำงานรุ่นใหม่ที่มีความต้องการแตกต่างจากคนทำงานรุ่นก่อน การที่องค์กรขยายตัวในวันนี้ ไม่ใช่สิ่งที่ยืนยันถึงความยั่งยืนขององค์กรเสมอไป หากองค์กรไม่สามารถรักษาคนทำงานให้ผูกพันและร่วมต่อสู้ฟันฝ่าอุปสรรค และการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ องค์กรที่เคยรุ่งเรืองก็สามารถหายไปในอนาคตได้เช่นกัน คำถามสำคัญอยู่ที่การเตรียมความพร้อมขององค์กร ว่าองค์กรควรจะเตรียมรับมืออย่างไร หรือจะจัดเตรียมองค์กรอย่างไรให้เข้ากับวิถีคนทำงานรุ่นใหม่

เมื่อผูกใจคนทำงานไว้ไม่ให้ลาออกไป และร่วมเป็นคนทำงานที่วาดภาพอนาคตให้แก่องค์กร องค์กรจะมีวิสัยดูแลและรักษาคนทำงานไว้ได้อย่างไร การพึงเสียงสะท้อนจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ถึงความต้องการ และความคาดหวังที่เขาต้องการจากองค์กร จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรได้เรียนรู้ ทำความเข้าใจ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างองค์กรแห่งความสุข

ผมเห็นว่าหนังสือยุทธศาสตร์สร้างสุขเล่มนี้ชี้ให้เห็นภาพองค์กรแห่งความสุข และกิจกรรมขับเคลื่อนความสุขที่ออกแบบโดยคนรุ่นใหม่ ซึ่งสะท้อนภาพมุมมอง หรือฐานคิดของคนทำงานรุ่นใหม่ ที่จะช่วยให้องค์กรต่างๆ นำไปพัฒนารูปแบบการทำงาน และนโยบายการบริหารคนให้สอดคล้องกับบริบทใหม่

เมื่อการสร้างสภาพแวดล้อมของการทำงานที่สามารถผูกใจคนทำงานรุ่นใหม่ ให้รัก อยู่ร่วม และเติบโตไปด้วยกันกับองค์กร



ดร.ปราศิต กายะสิทธิ์

รักษาการผู้อำนวยการสำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ





ຍຸກຕຣ່າງສຸຂ
ເມື່ອເດັກຮຸ້ນໃໝ່ວາດກາພອດຄຣແຫ່ງຄວາມສຸຂ

ຂໍ້ມູນທາງບຣຣນານຸກຣມ

ຈຣັມພຣ ໃຫ້ລ່າຍອງ

ຍຸກຕຣ່າງສຸຂ ເມື່ອເດັກຮຸ້ນໃໝ່ວາດກາພອດຄຣແຫ່ງຄວາມສຸຂ / ຈຣັມພຣ ໃຫ້ລ່າຍອງ. -- ພິມພັດຣັ່ງທີ່ 1. -- ນຸດຣປຣູມ: ສຖາບັນວິຈິຍ

ປະຊາຣແລສັງຄຣມ ມະຫາວິທະຍາລັຍມິດລ, 2562.

(ເອກສາຣທາງວິທະຍາກາ / ສຖາບັນວິຈິຍປະຊາຣແລສັງຄຣມ

ມະຫາວິທະຍາລັຍມິດລ; ເຜມາຍເລຂ 489)

ISBN 978-616-443-356-4

1. ນັກສຣ່າງສຸຂອຸດຄຣ. 2. ຄວາມສຸຂ - ທອຍ. 3. ດຸນກາພຊີວິດກາ ທ່າງກາ - ທອຍ. 4. ຄວາມສຸຂ. 5. ຄວາມຕິດສຣ່າງສຣຣດໃນເດັກ. 6. ຄວາມສຸຂໃນກ່າງກາ. 7. ຄວາມພອໃຈໃນກ່າງກາ. 8. ເຍາວຊນໃນກ່າງກາ - ທອຍ. I. ມະຫາວິທະຍາລັຍມິດລ. ສຖາບັນວິຈິຍປະຊາຣແລສັງຄຣມ. II. ຂໍ້ອຸດ.

BF575.H27 ຈ156ຍ 2562

ໂດຍ

ຜູ້ຊ່ວຍສາສຣດຣາຈາຣຸ່ ດຣ.ຈຣັມພຣ ໃຫ້ລ່າຍອງ

ພິມພັດຣັ່ງແຣກ

ຕຸລາຕຣມ 2562

ຈຳນວນພິມພັ

1,000 ເລ່ມ

ພິມພັທີ່

ບຣິທັກ ວງຕ່ສວ່າງ ພັບລິຊຶ່ງ ພັບຣິນຕິ່ງ ຈຳກັດ
2 ຂອຍ 86/1 ດ.ຈຣັມພຣສິນທວງຕ່ ພຣວງບາງອັວ ພຣດບາງພັດ
ກຣຸງທພາ 10700

ໂທຣຕັພັກ: (662) - 880 - 1876

ແຟັກຊ: (662) - 879 - 1525

ອີເມລ: printservice@wswp.co.th

ຈັດພິມພັໂດຍ

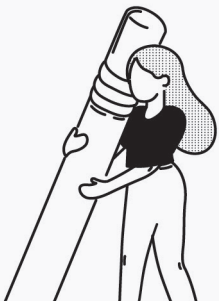
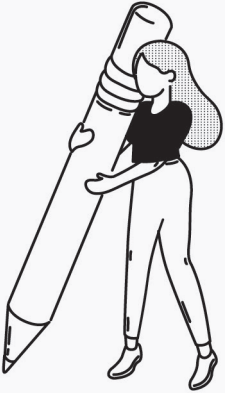
ສຖາບັນວິຈິຍປະຊາຣແລສັງຄຣມ ມະຫາວິທະຍາລັຍມິດລ
999 ສຖາບັນວິຈິຍປະຊາຣແລສັງຄຣມ ມະຫາວິທະຍາລັຍມິດລ

ດຸນພຸກຣມນທລ 4 ຕຳບສຕາລາຍາ

ອຳເກອພຸກຣມນທລ ຈັງຮວັດນຸດຣປຣູມ 73170

ປັກ / ຮູປເລ່ມ

ນາງສາວຈິດຕ໌ໂສມນັສ ຕອງແສງ



สารบัญ

CHAPTER 1

เด็กรุ่นใหม่
ทำอะไรแบบสุขสุข
ให้องค์กรได้บ้าง

4

CHAPTER 2

ก้าวแรกของ
ยุวทูตสร้างสุข

10

CHAPTER 3

แนวคิดการพัฒนา
สุขภาวะองค์กร
บทเรียนพื้นฐานที่
ยุวทูตสร้างสุขต้องรู้

14

CHAPTER 4

ภาพองค์กรแห่งความสุข
ในสายตาของยุวทูตสร้างสุข

30

CHAPTER 5

องค์กรแห่งความสุข
ของคนทำงานรุ่นใหม่

38

CHAPTER 6

บทสรุปการเรียนรู้
ที่ได้รับจาก
ยุวทูตสร้างสุข

56

บรรณานุกรม

62

ดัชนี

63

คำนิยาม

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงคนอย่างก้าวกระโดด แต่ยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้คนด้วย เยาวชนในยุคปัจจุบันเติบโตมาพร้อมกับทักษะดิจิทัล หรือที่เรียกว่า Digital Native พวกเขามีลักษณะความคิด ความต้องการ และวิถีชีวิตที่ต่างไปจากรุ่นพ่อแม่แทบจะสิ้นเชิง ซึ่งแน่นอนว่า เมื่อสองรุ่นมาทำงานหรือใช้ชีวิตร่วมกัน หลายครั้งมักเกิดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย (Generation gap)

เราไม่สามารถหยุดการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ แต่รับมือและใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ได้ ด้วยการสร้างความพร้อมให้แก่องค์กร เตรียมพร้อมเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะทางสังคม และเข้าใจแนวทางการทำงานให้มีความสุข ในขณะเดียวกันต้องทำความเข้าใจกับคนรุ่นเดิมให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

คำนิยาม

สถาบันวิจัยประชากรและสังคมซึ่งสมประสงค์การทำงาน “สร้างสุขในองค์กร” ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมาเป็นระยะเวลานาน หนึ่งในเสียงสะท้อนที่ได้รับ คือ “ความต้องการขององค์กรในการเตรียมความพร้อมคนทำงานรุ่นใหม่ที่ไม่จำกัดแค่ Hard Skill แต่ต้องครอบคลุมถึง Soft Skill ในการทำงานร่วมด้วย”

เรามักได้ยินคำว่า “เด็กใหม่ไม่สู้งาน” “เด็กใหม่เอาแต่ใจ” “เด็กใหม่เข้ากับคนทำงานเท่าไม่ได้” นั้นเป็นการมองจากมุมเดียว และเป็นการด่วนตัดสินคนรุ่นใหม่อย่างไม่มีคุณธรรม เราส่วนเรียกร่องการทำงานจากคนทำงานรุ่นใหม่ แต่บ่อยครั้งที่เราจะพยายามเข้าใจพวกเขาจริงๆ เพราะต้องไม่ลืมว่า ผู้ที่จะมารับไม้ต่อการนำองค์กรให้ก้าวไกลจากจุดเดิมที่เป็นอยู่ คือพวกเขานั่นเอง

พร้อมที่จะยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งนี่เป็นภารกิจของโครงการ “ยูทูตสร้างสุข” ที่กำลังทำอยู่

ยูทูตสร้างสุข พัดมาต่อ ยอดมาจากโครงการ Happy University ที่ให้ความสำคัญกับสถาบันการศึกษาในฐานะผู้ขับเคลื่อนองค์ความรู้ เป็นต้นแบบองค์กรแห่งความสุข และถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชนที่กำลังจะกลายเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยไม่ลืมมองแต่ความสามารถในการทำงาน แต่ยังพัฒนาไปถึงการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ภาวะความเป็นผู้นำ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และที่ขาดไม่ได้ คือ มิติการสร้างสุขในองค์กร ไม่ใช่แค่ตัวอง แต่ยังเผื่อแผ่ไปยังสังคมรอบข้างได้อีกด้วย

และนี่คือทักษะการทำงานในศตวรรษที่ 21 ที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับองค์กร นี่คือคณาจารย์รุ่นใหม่ที่ต้ององค์กรต้องการ



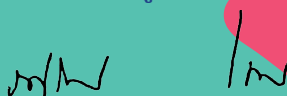
รศ. นพ. รัญย์ สุกัทรพันธ์

รักษาการแทนรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล

หลังจากการดำเนินโครงการ Happy University มาเป็นระยะเวลา 6 ปี คณะทำงานได้ระดมความคิดเห็นว่า “ก้าวต่อไป” ของโครงการคืออะไร ทิศทางไหนที่ควรจะไปต่อ

ซึ่งประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของหน่วยงานที่เราเคยได้รับการสะท้อนมาร่วมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงขององค์กร เราจึงวางหมุดหมายใหม่ที่นิสิตนักศึกษาที่กำลังจะจบการศึกษา เพื่อให้มีความพร้อมในการทำงานและขับเคลื่อนองค์กรได้มีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

แน่นอนว่า เยาวชนรุ่นใหม่เป็นผู้ที่เปี่ยมไปด้วยความสามารถในการทำงาน แต่การทำงานเก่งอย่างเดียวไม่สามารถผลักดันการเติบโตขององค์กรได้อย่างยั่งยืน โครงการยูทูตสร้างสุข จึงเป็นก้าวต่อไปของ Happy University ที่เราจะได้ติดตามดูทางด้านพัฒนาและจัดการตนเองให้กับคนรุ่นใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการก้าวเข้าสู่สังคมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว




รศ. ดร. สตรีจันทร์ เกียร

**ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยประชากรและสังคม
มหาวิทยาลัยมหิดล**

คำนำ

หนังสือ “ยูทูตสร้างสุข: เมื่อเด็กรุ่นใหม่วาดภาพองค์กรแห่งความสุข” เล่มนี้ นำเสนอแนวคิดเรื่องการสร้างสุขในองค์กร โดยการเปิดรับแนวคิดของคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรในอนาคต หนังสือเล่มนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของประชากรกลุ่ม Generation Y และ Generation X ในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า การถ่ายทอดแนวคิดองค์กรแห่งความสุขให้แก่เยาวชน และได้นำเสนอภาพองค์กรแห่งความสุขที่คนรุ่นใหม่ได้ร่วมกันออกแบบไว้

ดิฉันขอขอบคุณ รศ. ดร. สตรีจันทร์ เกียรติกุล และคณะทำงานมหาวิทยาลัยแห่งความสุข รวมถึงกลุ่มยูทูตสร้างสุขรุ่นที่ 1 และมหาวิทยาลัยเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมยูทูตสร้างสุขเป็นอย่างดี และขอขอบคุณท่านผู้อ่านทุกท่าน ที่ให้ความสนใจการส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้เป็นนักสร้างสุขรุ่นใหม่ขององค์กรที่สมบูรณ์พร้อม


พศ. ดร. จีรภัทร หิลาชัย



unit 1
chapter

1



เด็กรุ่นใหม่ ทำอะไรแบบสุขสุข ให้องค์กรได้บ้าง

ปัจจุบันเด็กไทยมีความสามารถที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่เป็นปัญญาชนคนรุ่นใหม่ของประเทศ ที่ได้เรียนรู้วิชาการมาเป็นเวลากว่าสิบปี ค่อนข้างกับวิวัฒนาการเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาตั้งแต่เด็ก เติบโตมาภายใต้โลกทรรศน์ที่ไม่ได้จำกัดมุมมองแคร์อบบ้าน แต่เห็นความเป็นไปของโลกทั้งในประเทศและต่างประเทศ ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม สิ่งเหล่านี้จึงหล่อหลอมขึ้นเป็นทักษะการทำงานอันมีค่า มีความคิดสร้างสรรค์ ก้าวหน้า และกล้าแสดงออกทางความคิด ที่จะช่วยผลักดันองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน (รูปที่ 1.1)

รูปที่ 1.1

ปัญญาชนคนรุ่นใหม่ของประเทศ

ที่มา: โครงการ Happy University (2561a)

ใน Facebook (Happy University).
https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1981613895231319&ref=page_internal

โครงการ

HAPPY UNIVERSITY



เด็กรุ่นใหม่ในองค์กรเป็นใคร?

เด็กรุ่นใหม่ในองค์กร สะท้อนภาพคนทำงานอายุน้อยที่เพิ่งเข้าร่วมงานกับรุ่นพี่ในองค์กร หรือเด็กรุ่นใหม่ที่กำลังก้าวออกจากมหาวิทยาลัยสู่โลกแห่งการทำงานอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นคนทำงานที่อยู่ในกลุ่มประชากร Generation Y และ Generation Z

ต้อนรับ คนทำงาน Gen Y



คนทำงาน Gen Y เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้รับรู้และเชื่อมั่นว่า ข้อมูลเป็นสิ่งที่หาได้จากทุกที่ทุกเวลา และมีไว้สำหรับทุกคน ดังนั้น การเรียนรู้จึงจะไม่ได้ถูกจำกัดไว้ในห้องเรียน เช่นเดียวกับการทำงาน ที่ไม่ได้จำกัดไว้ภายใต้ขอบเขตของสถานประกอบการเท่านั้น คนทำงาน Gen Y เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และสร้างสรรค์ผลงานได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยเช่นกัน (รูปที่ 1.2) นอกจากนี้มีตรรกะของคนทำงาน Gen Y ก็เกิดขึ้นได้ง่ายด้วยเช่นกัน เพราะคน Gen Y มองโลกในแง่ดี ให้ความสำคัญกับสังคมและการรวมกลุ่มที่สำคัญเขาจะไม่ใช่คนทำงานที่หายไปจากวงสังคม เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เชื่อมต่อกับโลกการสื่อสารในทุกช่องทาง (Eisner, 2005) ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ โลกโซเชียลมีเดีย อินสตาแกรม และเกมออนไลน์แบบกลุ่ม

รูปที่ 1.2

คนทำงาน Gen Y ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีและพร้อมรับมือกับการทำงานหลายชิ้นในเวลาเดียวกัน

ที่มา: โครงการ Happy University (2561b) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/photo.php?fbid=1982735325119176&id=632819523444103&set=a.1982732391786136&source=54&reid=13&ref=page_internal&tn_=%2B%3E



เปิดประตูรับ คนทำงาน Gen Z



รูปที่ 1.3

การทำงานร่วมกันของคนรุ่นใหม่

ที่มา: โครงการ Happy University (2561c) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

คนทำงาน Generation Z (Gen Z) เปรียบเสมือนน้องคนเล็กในที่ทำงาน ที่น้อยเพียงแค่อายุ แต่ศักยภาพการทำงานไม่ได้ยิ่งหย่อนไปกว่ารุ่นพี่ในที่ทำงานเลย หลายๆ คนมองว่ากลุ่ม Gen Z มีลักษณะเหมือนกับ Gen Y แต่แท้จริงแล้วประชากรกลุ่ม Gen Z มีหลายสิ่งที่มีลักษณะโดดเด่นของตนเอง เนื่องจากเขาเกิดมาท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากรุ่นประชากรอื่น

Generation Z หมายถึงประชากรที่เกิดในช่วง ปี พ.ศ. 2543 - 2558 (Strauss & Howe 1991; Howe & Strauss, 2000; Nagy, & Klcsy, 2017) (รูปที่ 1.3) ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นยุคมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตอยู่รอบตัว ไม่ต้องต่อสายโทรศัพท์เพื่อเชื่อมสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่บ้านอีกต่อไป การติดต่อสื่อสารกับทุกคนในโลกทำได้ง่าย ต้นทุนต่ำ และทุกคนบนโลกสามารถพูดคุยกันได้แบบเห็นหน้ากันผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย ประชากร Generation Z จึงจัดเป็นคนชนเผ่าดิจิทัลอย่างแท้จริง เขาจะแสดงความคิดเห็นผ่านสังคมออนไลน์ การแสดงความคิดเห็นต่างจะไม่สร้างบรรยากาศการโต้เถียงอย่างดุเดือดกลางสำนักงาน แต่จะอภิปรายความเห็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม และบอกเล่าความเป็นตัวตน รสนิยม ความสนใจส่วนตัว หรือแนวคิดให้สังคมได้รับรู้เกี่ยวกับตัวเขาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Torocsik, Szucs, & Kehi, 2014) อย่างไรก็ตาม Gen Z ก็ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว เขาเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงเส้นแบ่งระหว่างสาธารณะและส่วนตัว อันตรายจากการเผยแพร่ที่ไม่เหมาะสมผ่านสื่อออนไลน์มีตัวอย่างให้เห็นตลอดช่วงเวลากการเติบโตของคนรุ่นนี้ ดังนั้น การปกป้องความเป็นส่วนตัวของคนรุ่นนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้น Gen Z จึงมักเลือกใช้โซเชียลมีเดียที่พวกเขาสามารถจำกัดการโต้ตอบกับเพื่อนสนิทได้ หรือแสดงภาพให้คนในวงกว้างได้เห็นเฉพาะบนสื่อที่ปลอดภัย เช่น บนอินสตาแกรม (Bassiouni & Hackley, 2014)

คนกลุ่มนี้จะเลือกทางเดินชีวิตแบบระมัดระวัง ไม่ใช่เพียงแค่การเลือกสื่อออนไลน์ที่จะวางตัว
 ตนที่แท้จริงของเขาเท่านั้น แต่ในทุกๆ วันของการใช้ชีวิตจะวางอยู่บนความรู้สึกว่าโลกที่พวกเขา
 อาศัยอยู่ไม่ได้ปลอดภัย ทั้งจากเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นระดับโลก และความตกด้าทาง
 เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมาตลอด ส่งผลให้เขาเลือกที่จะประหยัดและไม่ปล่อยให้ตัวเองไปกับสิ่งที่ยาก
 จะเป็นจริง (Pulevska-Ivanovska, et al., 2017) ดังนั้น ในการทำงาน เขาก็มีความกังวลเกี่ยวกับ
 โอกาสในอนาคต เป้าหมายการทำงานไม่ได้วางอยู่บนฝันที่จะรวยล้นฟ้า หรือมีความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่
 แต่ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่มีความมั่นคงทางการเงิน มีชีวิตที่ดีปลอดภัยหนีสิน คนรุ่นนี้เข้าใจ
 ดีถึงความยากลำบากที่เกิดขึ้นในชีวิตการทำงานและมีความพร้อมที่จะฝ่าฟันอุปสรรคเหล่านั้น

ทำไม คนทำงาน รุ่นใหม่ ต้องเป็น นักสร้าง สุขใน องค์กร?



คุณลักษณะทั้งการศึกษาและประสบการณ์
 ชีวิตของคน Gen Y สะท้อนภาพคนทำงานที่ 'เก่ง'
 'ไว' และ 'มีเสน่ห์' ในขณะที่คน Gen Z สะท้อน
 ภาพ คนทำงานที่ 'Hi-tech' 'มุ่งมั่น' และ 'รอบคอบ'
 ซึ่งคนทำงานรุ่นใหม่สองกลุ่มนี้จะสามารถร่วมขับเคลื่อน
 องค์กรให้ก้าวหน้าเคียงคู่กับบุคลากรกลุ่ม
 อื่นๆ ขององค์กรได้

อย่างไรก็ตาม ศักยภาพเพียงอย่างเดียวไม่
 สามารถทำให้คนทำงานประสบความสำเร็จได้
 ความสุขในการทำงานเป็นส่วนเสริมคุณภาพชีวิตใน
 การทำงานที่สำคัญ และเป็นส่วนเสริมสร้างแรง
 บันดาลใจในการทำงาน อยู่ร่วมกับองค์กรได้อย่าง
 ยั่งยืน ไม่เหนื่อยล้าและลาออกไปจากองค์กร ความ
 ขัดแย้งในองค์กรอันเนื่องมาจากความแตกต่างทาง
 ทัศนคติ มุมมอง แนวคิด และพฤติกรรมของคน
 ต่างรุ่นก็ยิ่งเกิดขึ้นได้ หากองค์กรขาดรากฐานใน
 การรองรับความหลากหลายของคนทำงานต่างรุ่น
 ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการต้อนรับคนทำงาน
 รุ่นใหม่ในองค์กร

ความสุขในองค์กรไม่สามารถทำได้ด้วยคนเดียว แม้ในส่วนของงานจะมี
 นักสร้างสุขช่วยประสานการจัดกิจกรรมสร้างสุขก็ตาม แต่ก็ยังต้องอาศัยความ
 สามารถของบุคลากรทุกกลุ่มมาช่วยกันสร้างกิจกรรมสร้างสุขให้ประสบความสำเร็จ
 อย่างมีประสิทธิภาพ

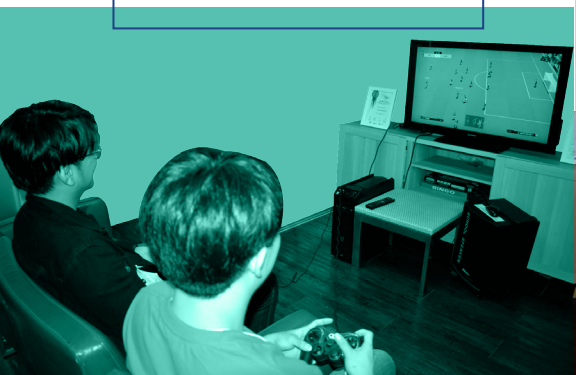
คนทำงานรุ่นใหม่มีความคาดหวังและความต้องการจากหน่วยงานแตกต่าง
 ไปจากรุ่นอื่น (รูปที่ 1.4) ความสุขของคนรุ่นนี้ก็มิใช่เอกลักษณ์ของตนเองด้วยเช่นกัน
 นักสร้างสุขที่เป็นคนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มคนที่ดีที่สุดที่จะสามารถเข้าใจความต้องการของ

- อ่างอิง -

คนทำงานรุ่นใหม่ได้ดี สามารถสร้างกลยุทธ์ และสร้างแรงจูงใจให้คนทำงานรุ่นใหม่ในองค์กรเข้าร่วมในกระบวนการสร้างเสริมสุขภาพและความสุขของคนทำงานอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง รวมถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจตามแนวคิด “ความสุขเป็นเรื่องของเรา เราคือคนสร้างสุข” เพื่อให้เกิดความร่วมมือทั้งในการรอกแบบ และ ในการเข้าร่วมกิจกรรมเครื่องมือที่ใช้ในการรอกแบบ ต้องเหมาะสมกับความต้องการของบุคลากร

“นักสร้างสุข” เปรียบเสมือนผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมสร้างสุขให้เกิดขึ้นในองค์กร นักสร้างสุขที่เป็นคนรุ่นใหม่ไม่เพียงรับผิดชอบการขับเคลื่อนกิจกรรมสร้างสุขให้เกิดขึ้นในกลุ่มคน Gen Y และ Gen Z เท่านั้น แต่จะเป็นผู้สานสัมพันธ์ภาพ ความเข้าใจ และความจำกัของคนทุกช่วงวัยในองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อลดความขัดแย้งในการทำงาน และสร้างกระบวนการทำงานที่สอดประสานกันด้วยดีในองค์กร

รูปที่ 1.4
กิจกรรมสร้างสุขของคนรุ่นใหม่
 ที่มา: โครงการ Happy University (2561a) ใน Facebook (Happy University).
https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal



โครงการ Happy University (2561a) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1981613895231319&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561b) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562

จาก https://m.facebook.com/photo.php?fbid=1982735325119176&id=63281952344103&set=a.1982732391786136&source=54&red=13&ref=page_internal&_ftn_=%2B%3E

โครงการ Happy University (2561c) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561d) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal

Bassiouni, D. H., & Hackley, C. (2014). 'Generation Z' children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2), 113-133.

D'Netto, B., & Ahmed, E. (2012). Generation Y: human resource management implications. *Journal of Business and Policy Research*, 1(1), 1-9.

Elsner, S. P. (2005). Managing generation Y. *SAM Advanced Management Journal*, 70(4), 4-15.

Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.

Meier, J., & Crocker, M. (2010). Generation Y in the workforce: Managerial challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 6(1), 68-78.

Nagy, ., & Klcsay, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or Science. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115.

Pulevska-Ivanovska, L., Postolov, K., Janeska-liev, A., & Magdinceva Sopova, M. (2017). Establishing balance between professional and private life of generation Z. *Research in Physical Education, Sport and Health*, 6(1), 3-10.

Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow & Co.

Torocsik, M., Szucs, K., & Kehl, D. (2014). How generations think: Research on generation z. *Acta universitatis Sapientiae, communicatio*, 1(1), 23-45.



unit 2
chapter

2



ก้าวแรกของ ยุทธศาสตร์สุข

“คนทำงานมีความสุข องค์กรก้าวหน้า” เป็นประเด็นสำคัญเร่งด่วนของการพัฒนา “คุณภาพทรัพยากรบุคคล” เพื่อให้คนทำงานมีสุขภาพทางกาย จิต จิตวิญญาณ ปัญญา และสังคมดีขึ้น มีความสามารถในการดำเนินวิถีชีวิตและการทำงานที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น อายุยืนยาวขึ้น มั่งคั่งยิ่งขึ้น และมีชีวิตอยู่อย่างมีความหมายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิด “ความสุขคนทำงาน” และ “องค์กรแห่งความสุข”

นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นผู้ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นแรงงานรุ่นใหม่ ที่จะเป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญให้แก่องค์กรและภาคเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งแนวทางการพัฒนากำลังคนให้มีความพร้อมในการปรับตัวเพื่อก้าวไปสู่ประเทศไทย 4.0 นั้น แรงงานรุ่นใหม่ควรได้รับการส่งเสริมทักษะทางเทคนิคที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการเสริมสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ในฐานะคนทำงานและการสร้างเสริมศักยภาพขององค์กรโดยมีคนเป็นศูนย์กลาง

รูปที่ 2.1

การอบรมเชิงปฏิบัติการ
 “Young Happiness Agents:
 Creating Happiness World
 Through Human Resource
 Management”

ที่มา: ศติกร เจริญศักดิ์
 (สิงหาคม 2561)



“ creating HAPPINESS WORLD through Human Resource Management ”

โครงการ “การสร้างเสริมสุขภาวะองค์กรแบบยั่งยืน: จากมหาวิทยาลัยแห่งความสุขไปสู่องค์กรสุขภาวะ” ได้จัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (รูปที่ 2.1) ซึ่งกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการนี้ นับเป็นก้าวสำคัญในการเตรียมความพร้อมนักศึกษาสู่โลกของการทำงานในองค์กรแห่งความสุข ผ่านกิจกรรมและแผนงานการสร้างเสริมความสุขในองค์กรที่สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพองค์กร ควบคู่ไปกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยภายใต้แนวคิด Happy Workplace และการอบรมเชิงปฏิบัติการนี้ ยังมีส่วนช่วยเติมเต็มและสนับสนุนการสร้างเสริม “มหาวิทยาลัยแห่งความสุข” ในบทบาทของการเป็นองค์กรผู้สร้างคน ผู้สร้างบุคลากรรุ่นใหม่ขององค์กรแห่งความสุข โดยได้รับการสนับสนุน

อย่างดีเยี่ยมจากภาคีเครือข่ายยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยแห่งความสุข โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการยุทธศาสตร์สุข จัดขึ้นครั้งแรกระหว่างวันที่ 7 - 9 กันยายน 2561 ณ โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ โดยมีนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 เข้าร่วมการอบรมจำนวนทั้งสิ้น 45 คน จากสถาบันการศึกษา 8 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล, ขอนแก่น, เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ฤทธิชัยบัณฑิตย์, หอการค้าไทย กรุงเทพมหานคร, เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และสวนดุสิต (รูปที่ 2.2)

รูปที่ 2.2

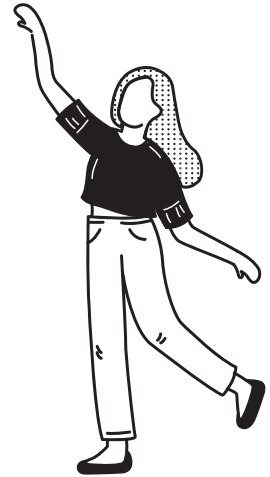
พิธีเปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการ

ที่มา: โครงการ Happy University (2561a) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1981613895231319&ref=page_internal



การจัดอบรมฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างยุทธศาสตร์ความสุขที่กำลังจะจบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาแต่ละแห่งให้ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันเพื่อให้เกิดมุมมองที่หลากหลาย และการศึกษาคุณานด้านการสร้างเสริมความสุขของสถานประกอบการ ช่วยให้ยุทธศาสตร์ความสุขได้นำประสบการณ์ที่ได้ศึกษาคุณานนำมาปรับปรุงพัฒนาในกิจกรรมและให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อแนวคิดการสร้างเสริมความสุขในองค์กร

รูปแบบการจัดกิจกรรม คือ บรรยายให้แนวคิดเรื่ององค์กรสร้างสุขและความสำคัญของข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ออกแบบกิจกรรมสร้างสุขให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และศึกษาคุณานในสถานประกอบการ 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ โรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ และจัดกิจกรรมกลุ่มให้ยุทธศาสตร์ออกแบบองค์กรและกิจกรรมสร้างสุข



ภายหลังจากการเปิดรับแนวคิดองค์กรแห่งความสุข การศึกษาคุณาน การเรียนรู้แรงบันดาลใจและประสบการณ์การบริหารงานของผู้บริหารฯ และการได้รับฟังการบรรยายจากผู้น้ององค์กรถึงความสำเร็จในการสร้างเสริมความสุขในองค์กร ยุทธศาสตร์สร้างสุขก็เริ่มระดมความคิดผ่านกิจกรรมสร้างเสริมความสุขของแต่ละมิติตามแนวคิด Happy Workplace Plus เพื่อให้เกิดเป็นองค์กรสุขภาวะ

กิจกรรมนำสู่การสร้างองค์กรแห่งความสุขมีเป้าหมายให้ยุทธศาสตร์สร้างสุขเรียนรู้การรับมือกับอุปสรรคปัญหา และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยความรักและความสามัคคี และเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มสมาชิกที่ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่มาจกหลากหลายสาขา ภายใต้อบรมภาคการแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้แก่กัน

ผลผลิตสุดท้ายของการอบรม คือ การออกแบบองค์กรแห่งความสุขของคนทำงานรุ่นใหม่ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วการอบรมเชิงปฏิบัติการได้รับแบบจำลององค์กรแห่งความสุขของคนทำงานรุ่นใหม่ทั้งสิ้น 6 แบบจำลอง ภายใต้อแนวคิด Happy Workplace เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารองค์กร ซึ่งสะท้อนภาพแนวคิดและความต้องการของคนทำงานรุ่นใหม่ที่จะเป็นทรัพยากรบุคคลสำคัญในองค์กรในอนาคต

- อ่างอิง -

โครงการ Happy University (2561a)
In Facebook (Happy University).
สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1981613895231319&ref=page_internal

ศิริกร เจริญศักดิ์ (กันยายน 2561). การอบรมเชิงปฏิบัติการ “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” โปสเตอร์นำเสนอในการอบรมเชิงปฏิบัติการ “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” โรงแรมมิราเดิลแกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ



บทที่ 3
chapter

3



แนวคิด การพัฒนา สุขภาวะองค์กร บทเรียนพื้นฐาน ที่ยุทธศาสตร์สร้างสุข ต้องรู้



แนวคิดการพัฒนาสุขภาวะองค์กร เริ่มต้นจากความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการให้การศึกษาอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการผลิต อย่างไรก็ตาม การให้การศึกษาอบรมเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอกับการพัฒนาคนในองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการพัฒนาไปสู่การวางคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ดังนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ถูกขยายฐานการพัฒนาไปมากกว่าการสร้างทักษะให้คน มาสู่ทิศทางการพัฒนาโดยมีคนเป็นศูนย์กลาง โดยมองว่า “คน” เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกเรื่อง



ประเทศไทยได้มีมุมมองที่วางบทบาทของทรัพยากรมนุษย์ไว้มากกว่าการเป็นเพียงหนึ่งในปัจจัยการผลิตเท่านั้น แนวคิด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) เป็นต้นมา ที่ได้ปรับแนวคิดการพัฒนาจากเดิมที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นจุดมุ่งเน้นหลักมาสู่การเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาของประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมาจึงมุ่งอาศัยความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรมนุษย์มาใช้ขยายฐานการผลิตเพื่อสร้างรายได้และการมีงานทำ และนำไปสู่ความสมบูรณ์พูนสุข คุณภาพชีวิตที่ดี และการอยู่รอดของระบบเศรษฐกิจและความมั่นคงของสังคมไทย โดยมองว่า “คน” เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกเรื่อง เป้าหมายหลักของการพัฒนาจึงไม่ได้มุ่งเน้นที่การพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่เศรษฐกิจถูกมองเป็นเพียงเครื่องมือที่จะทำให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540)

สภาวะการแข่งขันสูงในภาคธุรกิจ ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนผ่านทางเศรษฐกิจ จากระบบเศรษฐกิจที่วางอยู่บนพื้นฐานของการผลิต ก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านนี้ได้แปรเปลี่ยนสถานภาพของ “คน” จากการเป็นเพียงหนึ่งในปัจจัยการผลิตสู่การเป็นทรัพยากรหนึ่งเดียวที่สำคัญที่สุด ที่ขับเคลื่อนองค์กรในฐานะกำลังแรงงาน และผู้ออกแบบคิดค้น ควบคุม กระบวนการผลิตในทุกๆ ขั้นตอน (รูปที่ 3.1) พนักงานทุกคนคือฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าอย่างมีคุณภาพ คนทำงานในองค์กรจึงไม่ใช่แค่ผู้ขายแรงงาน แต่เป็นแหล่งขององค์ความรู้ จากพลังสมอง ทักษะ ประสิทธิภาพ และพรสวรรค์ ที่จะก่อให้เกิดนวัตกรรม ความรู้ และศักยภาพในการแข่งขันให้แก่องค์กร สร้างประโยชน์ให้ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

รูปที่ 3.1

การขยายฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จากคนเป็นปัจจัยการผลิตสู่แนวคิดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาองค์กร

ที่มา: ดัดแปลงจากสื่อวิดีโอโครงการนวัตกรรมจัดการสร้างสุข: บูรณาการมหาวิทยาลัยแห่งความสุขสู่องค์กรสุขภาวะแห่งประเทศไทย (2557)



คน = ปัจจัยการผลิต



คนเป็นศูนย์กลาง
คน = แหล่งความรู้ เทคโนโลยี ทักษะ

องค์กรต่างๆ ได้เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ที่มากกว่าเดิม และได้ปรับเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาองค์กรจากการวางลูกค้าเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ (customer centric) สู่ยุคของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบ “องค์กรที่มีคนเป็นศูนย์กลาง” (human-centered corporate) ให้มีความสำคัญกับพนักงาน ให้ความสำคัญกับบทบาทของพนักงานต่อองค์กรที่เป็นทั้งผู้ปฏิบัติ สร้างงานให้กับองค์กร และสร้างงานให้กับตนเอง เป็นเจ้าขององค์กรอย่างแท้จริงที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลประกอบการองค์กร (Rupp, 2011) โดยเป้าหมายของการให้คนเป็นศูนย์กลางขององค์กรเพื่อให้เกิดนวัตกรรมทางการผลิต สินค้าบริการใหม่ และนวัตกรรมในการแก้ปัญหาต่างๆ ผ่านการปฏิบัติงานที่สร้างสรรค์และร่วมแรงร่วมใจ (Zink, 2008) เมื่อวางพนักงานไว้ตรงกลางองค์กร การมองภาพโดยรวมของพนักงาน ทั้งภาพด้านในที่สะท้อนความต้องการของตนเอง ภาพด้านข้างที่สะท้อนภาพเพื่อนร่วมงาน และด้านนอกที่สะท้อนกลุ่มลูกค้าขององค์กร ทำให้เข้าใจสถานการณ์การทำงานที่แท้จริงภายในองค์กร ที่รวมเอาความแตกต่างของแต่ละบุคคล อิทธิพลของบริบท กระบวนการทางอารมณ์ ความรู้ความเข้าใจและสังคม (Rupp, 2011) มาเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนองค์กร ให้เติบโตก้าวหน้าไปตามสภาพแวดล้อมแท้จริงขององค์กร

แนวคิดคนเป็นศูนย์กลาง เป็นแนวคิดที่มองว่า ‘ทรัพยากรมนุษย์’ หรือ ‘คนทำงาน’ เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กร เป็นผู้สร้างและต่อยอดดวงจรรยาวัตรธรรม ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพของคนให้สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ดีกว่า จะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตภาพขององค์กรในที่สุด (Choi Dong-kyu, 2011)

“
**ภายใต้บริบทของ
 การเพิ่มผลิตภาพ
 ที่มีคนเป็นศูนย์กลาง
 (Human-centered
 Productivity)
 คนเป็นเป้าหมายที่สำคัญ
 ที่สุดสำหรับกิจกรรม
 ต่างๆ เพื่อปรับปรุง
 ประสิทธิภาพการผลิต
 ขณะที่ การให้สิทธิ
 ดัดสันใจเป็นเสมือนกลไก
 หลักของนวัตกรรม**
 ”

(Choi Dong-Kyu, 2011, หน้า 2)

แนวคิดคนเป็นศูนย์กลางเปรียบเสมือนการพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีการทำงานแบบใหม่ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมองเห็นโอกาสการพัฒนาศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในตัวบุคคลากร ไปพร้อมๆ กับการเห็นจุดอ่อนขององค์กรที่รอการแก้ไขอยู่ คนเปรียบเสมือนหัวใจขององค์กร เป็นพลังขับเคลื่อนหลักของความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

การขับเคลื่อนองค์กรเปรียบเสมือนร่างกายมนุษย์ที่ประกอบไปด้วยอวัยวะที่หลากหลาย เช่น ตา แขน ขา หัวใจ ซึ่งทุกส่วนจำเป็นต้องทำงานสอดประสานกัน เพื่อให้ร่างกายเคลื่อนไหวและปฏิบัติภารกิจประจำวันได้อย่างสมดุล เช่นเดียวกับองค์กร ศักยภาพของคนทำงานในองค์กร เป็นปัจจัยความสำเร็จขององค์กร ซึ่งไม่ได้คำนึงเพียงแต่ทักษะและสมองในการคิดสร้างสรรค์ของคนทำงานในองค์กรเท่านั้น แต่การทำงานร่วมกันอย่างสอดประสานกันได้ก็ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จด้วยเช่นกัน เนื่องจากองค์กรเกิดจากการรวมกันของคนจำนวนมาก แต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ในองค์กรที่หลากหลาย ซึ่งการทำงานในทุกๆ ส่วนงานล้วนมีบทบาทสำคัญทั้งสิ้น ในการดูแลร่างกายให้มีอายุที่ยืนยาวได้ ต้องมีพื้นฐานมาจากร่างกายที่แข็งแรง และการมีอวัยวะ

องค์กรที่จะอยู่ยั่งยืนได้ คนที่เข้มแข็งทำงาน องค์กรประกอบหลัก ความสำคัญของ ความสุข” (Happy

**คนทำงาน
ที่มีความสุข**

**องค์กรแห่งความสุข
HAPPY
WORKPLACE**

**ที่ทำงาน
น่าอยู่**

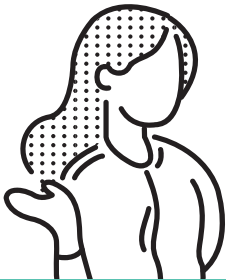
**ชุมชน
สามานฉันท์**

ทุกส่วนแข็งแรง เช่นเดียวกับ ต้องมีระบบที่แข็งแรง มี สอดประสานกัน เป็น ในองค์กร ซึ่งชี้ถึง แนวคิด “องค์กรแห่ง Workplace)

ภาพที่ 3.2
โครงสร้างหลัก
ขององค์กร
แห่งความสุข

ที่มา: สำนักศูนย์
เรียนรู้สุขภาวะ
(2017) หน้า 4

“ คนทำงาน มีความสุข องค์กร ก้าวหน้า ”



“คนทำงานมีความสุข องค์กรก้าวหน้า” เป็นประเด็นสำคัญของการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรบุคคล ความสุขของคนทำงาน ช่วยสร้างพลังในการทำงาน สร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน ทุ่มเทเพื่อองค์กร สร้างพื้นฐานความพร้อมในการทำงานประจำวันของคน การพัฒนาคุณภาพทรัพยากรบุคคลจึงควรมุ่งให้คนทำงานมีสุขภาพทางกาย จิต จิตวิญญาณ ปัญญา และสังคมดีขึ้น มีความสามารถในการดำเนินวิถีชีวิตและการทำงานที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น อายุยืนยาวขึ้น มั่งคั่งยิ่งขึ้น และมีชีวิตอยู่อย่างมีความหมายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิด “ความสุขคนทำงาน” และ “องค์กรแห่งความสุข” ความสุขในการทำงานของคนในองค์กร สะท้อนถึงมิติด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน ที่สะท้อนสิ่งแวดล้อมการทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน และจริยธรรมในการทำงาน (Davis, 1977) สิ่งที่คนทำงานคาดหวังจากองค์กร นอกเหนือไปจากการทำงานเพื่อแลกกับค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ แล้วนั้น ประกอบด้วย การได้รับการยอมรับจากองค์กร เจ้านาย และเพื่อนร่วมงาน โอกาสในการก้าวหน้าจากงาน การได้ทำงานอย่างมีเป้าหมาย มีความยืดหยุ่นในการทำงาน และ

ความใส่ใจต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี (Kohli, 2018) ซึ่งประสบการณ์และความรู้สึกของคนทำงาน ที่ต้องการให้ตนได้รับการยอมรับจากองค์กร เจ้านาย และเพื่อนร่วมงาน มีความก้าวหน้า เข้าถึงโอกาสในการพัฒนาอย่างเป็นธรรม มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ได้รับค่าตอบแทน และสวัสดิการที่เพียงพอจะส่งผลให้คนทำงานมีความสุขได้

องค์กรแห่งความสุข คือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการกระตุ้น จูงใจ สร้างความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้ทุกคนในองค์กร สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พร้อมปฏิบัติภารกิจขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายได้ เพื่อผลักดันองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์กรแห่งความสุขมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างความสุขให้แก่พนักงาน ซึ่งจะนำองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน องค์กรแห่งความสุขจึงประกอบด้วยคนทำงานมีความสุข ที่ทำงานนำอยู่ และชุมชนสมานฉันท์ (ภาพที่ 3.2)

HAPPY 8

การสร้างองค์กรแห่งความสุขเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ในการผลักดันให้เกิดองค์กรสุขภาวะ แผนงานสุขภาวะ องค์กรภาคเอกชน สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้วางแนวทางการขับเคลื่อนการ สร้างองค์กรแห่งความสุข ที่มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตคน ทำงาน โดยกำหนดตัวชี้วัดความก้าวหน้าของมนุษย์ เรียกว่า “ความสุข 8 ประการ” (ชาวนิวทีย์ วสันต์ธนารัตน์, 2551) มาเป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งความสุขหรือ Happy Workplace ที่สร้างได้บนแนวคิดความสุข 8 ประการ (แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน, 2552) โดยให้คนเป็นทรัพยากรสำคัญที่เป็นศูนย์กลางขับเคลื่อน องค์กร เป็นศูนย์กลางของระบบเศรษฐกิจ ในการนี้แผนงาน สุขภาวะองค์กรภาคเอกชน (สสส.) ได้ดำเนินงานขยาย ภาวคิที่เป็นองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้าอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม ชุมชน และบุคลากรของตนเอง เข้าร่วมเป็น เครือข่ายองค์กรแห่งความสุข ผ่านการเพิ่มคุณค่าในตัวคน

ดึงศักยภาพที่ซ่อนเร้นในตัวคนให้ถูก นำออกมาใช้อย่างสร้างสรรค์

ความสุข 8 ประการ (Happy 8) (รูปที่ 3.3) เป็นแนวคิดที่มุ่งส่งเสริม คุณภาพชีวิตที่เหมาะสม มีกระบวนการ พัฒนา คุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม กับองค์กร เพื่อให้คนในองค์กรอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และคนทำงานมี ความสุขในการทำงาน องค์กรแห่ง ความสุขเป็นองค์กรที่มีการทำงานเป็น ทีม คนทำงานมีความพร้อมทางกาย จิต วิญญาณ สังคม ปัญญา และวัฒนธรรม องค์กร เพื่อขับเคลื่อนผลิตภาพและ ประสิทธิภาพ โดยความสุข 8 ประการ จำแนกองค์ประกอบความสุขออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ ความสุขของตนเอง ซึ่งใกล้เคียงกับบุคคลมากที่สุด ส่วนที่ 2 คือ ความสุขของครอบครัว และ

ส่วนที่ 3 คือความสุข ที่เกี่ยวข้อง กับ องค์กรและสังคม ความสุข 8 ประการ

Happy 8 workplace
 ความสมดุลของการใช้ชีวิต และการทำงาน

- Happy Body (สุขภาพดี)** มีสุขภาพแข็งแรง มีชีวิตและจิตใจที่ดี มีความสุข ร่าเริงแจ่มใส มีสมาธิ
- Happy Heart (หัวใจงาม)** มีหัวใจที่อบอุ่นและรักใคร่
- Happy Relax (ผ่อนคลาย)** รู้จักผ่อนคลายอย่างอิสระบ้าง ในเวลาว่างเป็นชีวิต และการทำงาน
- Happy Soul (คุณธรรม)** มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต มีความซื่อสัตย์ซื่อตรงต่อสังคม
- Happy Money (การเงินดี)** มีเงินใช้จูงใจถึงเงินใช้เงินดี มีชีวิตที่เหน็ดเหนื่อย
- Happy Family (ครอบครัวดี)** มีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคง
- Happy Society (สังคมดี)** มีความรักสามัคคีมีใจเอื้อเฟื้อช่วยเหลือกัน ที่งาน และในสังคม มีสังคมและสถานแวดล้อมที่ดี
- Happy Brain (พรสวรรค์)** ให้ความสำคัญกับพัฒนาตนเองและคนรอบข้าง จากแหล่งต่างๆ มาใช้ประกอบเป็นเครือข่าย และความรู้เป็นพลังกัน ในการทำงาน

Teamwork (ความสามัคคี) (ทำงานเป็นทีม) (ช่วยเหลือกัน) (สร้างสรรค์)

Change (การเปลี่ยนแปลง)

Happy 8

แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน ๒๕๖๑ ถึง ๒๖๑๕ ภายใต้นโยบายสร้างเสริมสุขภาพในแผนยุทธศาสตร์ฉบับที่ ๒ (๒๕๖๑-๒๕๖๕) ๒๕๖๑-๒๕๖๕
 โทร: ๐ ๒๖๒๖ ๕๖๖๖ โทรสาร: ๐ ๒๖๒๖ ๕๖๖๖

www.happy8workplace.com

ภาพที่ 3.3
ความสุข 8 ประการ
 ที่มา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2018)

ส่วนที่ 1

องค์ประกอบความสุข ของเราเอง

ประกอบด้วย

สุขภาพดี (Happy Body)

1

คือ การมีสุขภาพกายดี ไม่เจ็บไข้ ไม่มีโรคภัย และมีสุขภาพใจที่แข็งแรง ไม่เครียด ไม่กังวล ไม่รู้สึกเศร้าหดหูในชีวิต มีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพและสุขภาพใจอย่างเหมาะสม

ใฝ่รู้ดี (Happy Brain)

4

คือ การพัฒนาสมอง รู้จักแสวงหาความรู้อันเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาตนเอง เสริมสร้างทักษะพัฒนางาน และนำไปสู่การเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในงาน สามารถนำมาแบ่งปันถ่ายทอดให้กับเพื่อนร่วมงานได้ และสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร

น้ำใจดี (Happy Heart)

2

คือ การมีความสุขจากความมีน้ำใจต่อผู้อื่น การมีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกัน การรู้จักให้ แบ่งปันเผื่อแผ่อย่างเหมาะสม มีน้ำใจต่อเจ้านาย ลูกน้อง เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และชุมชนสังคมรอบข้าง

จิตวิญญาณดี (Happy Soul)

5

คือ การมีจิตปัญญาดี และมีจิตวิญญาณดี มีความศรัทธาและปฏิบัติตามศาสนาที่ตนเองนับถืออยู่ มีศีลธรรมจรรยา รู้สึกละอายและเกรงกลัวต่อการกระทำที่ไม่ดีของตนเอง มีคุณธรรมของการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม ในการทำงานเป็นทีม

ผ่อนคลายดี (Happy Relax)

3

คือ การรู้จักผ่อนคลายต่อสิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต การรู้จักเดินทางสายกลางไม่ตึงหรือหย่อนจนเกินไป ไม่เครียดกับงานตลอดเวลา รู้จักแบ่งเวลาแบ่งใจให้กับสิ่งอื่นรอบตัว พักผ่อนร่างกายและพักผ่อนจิตใจอย่างเหมาะสม

การเงินดี (Happy Money)

6

คือ การปลอดหนี้ ใช้เงินเป็น มีเงินใช้จ่ายเพียงพอ มีความสามารถในการบริหารจัดการ รายรับและรายจ่ายตนเองและครอบครัวได้ รู้จักพอหรือรู้จักนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต รวมถึงมีเงินออม ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นคงทางการเงินในอนาคตพร้อมด้วย

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบ ความสุขของ ครอบครัว ประกอบด้วย

ครอบครัวดี (Happy Family)

คือ การมีครอบครัวที่อบอุ่นและเข้มแข็ง สมาชิกในครอบครัวมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัว มีความใกล้ชิด ติดต่อกสื่อสารพูดคุย และได้ใช้เวลาด้วยกันอย่างเหมาะสม

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบ ความสุขของ องค์กรและสังคม ประกอบด้วย

สังคมดี (Happy Society)

คือ การสร้างสังคมที่มีความสุข โดยสังคมที่มีความสุข คือสังคมที่มีความสามัคคี ความรัก เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน ทั้งในที่ทำงาน และชุมชนสังคมภายนอก

ทั้งนี้ โครงการการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กรแบบยั่งยืน: จากมหาวิทยาลัยแห่งความสุข สู่องค์กรสุขภาวะ ได้ควมรวมมิติการทำงานดีเข้าเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบของความสุขจากการทำงาน โดยจัดไว้เป็นมิติที่ 9 การงานดี (Happy Work-life) ซึ่งเป็นความสุขที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมโดยรวมขององค์กร การได้รับความดูแลอย่างเหมาะสมจากองค์กร ทั้งในเรื่องสุขภาพสวัสดิการที่การดูแลภายใต้กฎหมายหรือระเบียบต่างๆ ความยุติธรรมของค่าตอบแทนการทำงาน โอกาสในการเติบโตก้าวหน้า มั่นคง และได้รับการยอมรับทางความคิดและความเป็นตัวตน ซึ่งเป็นปัจจัยเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำงานอย่างมีความสุข

การขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุข ภายใต้โครงการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กรแบบยั่งยืน: จากมหาวิทยาลัยแห่งความสุขสู่องค์กรสุขภาวะ หรือในอีกชื่อหนึ่งคือ โครงการ Happy University ได้นำแนวคิดความสุขแปดประการมาควมรวมกับมิติความสุขมิติที่ 9 การงานดี และขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยภาคีเครือข่ายร่วมใช้ร่วมกัน ในแนวทาง Happy 8 Plus (รูปที่ 3.4)



HAPPINOMETER = HAPPY 8 + PLUS

รูปที่ 3.4

Happy 8 Plus

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์ (2558)

<https://mgronline.com/goodhealth/detail/958000030653>

ต้นแบบองค์กร แห่งความสุข ที่ยาวทูตสร้างสุข ได้เรียนรู้

ปัจจุบันมีวิสาหกิจจำนวนมากไม่น้อยที่ได้วางพันธกิจหลักในการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยการสร้างองค์กรแห่งความสุข และมีองค์กรจำนวนหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขและมุ่งสู่องค์กรสุขภาวะที่ความสุขสามารถผลักดันองค์กรไปสู่การเพิ่มผลิตภาพได้สำเร็จ ภายใต้การนำหลักการสร้างสุขภาวะองค์กรไปประยุกต์ใช้ ซึ่งมีบริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ โรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ เป็นหนึ่งในองค์กรต้นแบบด้านการสร้างองค์กรแห่งความสุขที่เดินหน้าไปสู่องค์กรสุขภาวะ ซึ่งสร้างรูปแบบการดำเนินงานส่งเสริมองค์กรแห่งความสุขวางแนวทางการสร้างสุขให้กับบุคลากรในองค์กรไว้อย่างชัดเจน

1.

บริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คุณอัมภา เทพยศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) พร้อมพนักงานบริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้ต้อนรับคณะนักศึกษา 45 คน จากสถาบันการศึกษา 8 แห่ง พร้อมทั้งคณะเจ้าหน้าที่โครงการ Happy University ม.มหิตล (รูปที่ 3.5) ในการศึกษาดูงานการสร้างเสริมความสุขในองค์กร ภายใต้กิจกรรม “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” เพื่อวัตถุประสงค์ให้นักศึกษาที่กำลังจะจบการศึกษาได้รู้จักการทำงานอย่างมีความสุขในองค์กร

บริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตครีม เครื่องสำอาง และเป็นທີ່ปรึกษาเรื่องการสร้างแบรนด์เครื่องสำอางอย่างครบวงจร บริษัทผลิตครีมที่ผ่านการรับรอง มาตรฐานการผลิตและการบริการจากหน่วยงานระดับประเทศและระดับสากล มีการวิจัย คิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพ



บริษัทฯ ได้วางแนวทางการทำงานอย่างจริงจังในการบริหารองค์สร้างสุข โดยให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานแรงงาน เพื่อให้คนทำงานได้รับการคุ้มครองอย่างทัดเทียมเสมอภาค ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิต มีความปลอดภัย มีแรงงานสัมพันธ์ที่ดี และมีขวัญกำลังใจในการทำงาน ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรสามารถสร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพได้ตลอดเวลา โดยได้ดำเนินการประกาศนโยบาย และแต่งตั้งนักสร้างสุขขององค์กรอย่างมีโครงสร้าง ในช่วงเริ่มต้นการดำเนินงาน ซึ่งเป็นประจักษ์เสนาหลักสำคัญของการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภาพ

รูปที่ 3.5

การศึกษาคุณ ฌ บริษัท ควอลิตี้พลัส เอสเทติก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ที่มา: โครงการ Happy University (2561e) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982755905117118&ref=page_internal





รูปที่ 3.6
การกล่าวต้อนรับและบรรยาย
ให้ความรู้ โดย คุณอัญญา เทพยศ

ที่มา: โครงการ Happy University (2561e) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=19827559051171118&ref=page_internal

คุณอัญญา เทพยศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ของบริษัทได้กล่าวสร้างแรงบันดาลใจในการบริหารองค์กรให้คนทำงานในองค์กรมีความสุขผ่านกิจกรรมช่วยเหลือบุคลากรในองค์กร (รูปที่ 3.6) การทำงานเป็นทีม การรับฟังผู้ที่ทำงานร่วมกัน และการเห็นความสำคัญของคนทำงานในองค์กร คือสิ่งที่ทำให้คนทำงานในบริษัททำงานได้อย่างมีความสุข ในทุกๆ ครั้งของการดำเนินกิจกรรมสร้างเสริมความสุขของบริษัท ควอลิตี้พลัส จะมีการเข้าร่วมของผู้บริหารองค์กรทุกครั้ง ทำให้คนทำงานมีจิตใจที่พร้อมให้การบริการ และใส่ใจถึงคุณภาพงานอยู่เสมอเพื่อที่จะทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และผลักดันสู่ความสำเร็จของทั้งทีม จึงทำให้บริษัทมีอัตราเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและแข็งแกร่ง รางวัลมากมายที่บริษัทได้รับช่วยยืนยัน ในการแสดงความสำเร็จขององค์กรได้เป็นอย่างดี

รูปที่ 3.7

การบรรยายให้ความรู้
โดย คุณพรชัย ชอนกลิ่น

ที่มา: โครงการ Happy University (2561a) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=19827559051171118&ref=page_internal

คุณพรชัย ชอนกลิ่น ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ได้แบ่งปันความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมความสุขต่างๆ ที่บริษัทได้ดำเนินการขึ้น (รูปที่ 3.7) โดยช่วงเวลาที่ผ่านมา บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตบุคลากรและมึนโยบายในการสร้างเสริมทักษะและคุณภาพชีวิตของบุคลากรมาโดยตลอด เพื่อสนับสนุนให้คนทำงานทำงานได้อย่างมีความสุข



• บริษัทได้มุ่งเน้นการหาช่องทางเพิ่มรายได้ให้คนทำงานโดยที่จะไม่เบียดบังเวลางาน

• การส่งเสริมความรู้คนทำงานในองค์กรด้วยแนวคิด Kaizen เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งนอกจากคนทำงานจะได้เพิ่มความรู้ความสามารถ องค์กรก็ได้ประโยชน์จากผลผลิตการทำงานที่ดีขึ้นด้วย จากการปรับปรุงและคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาคงคนทำงานเอง ช่วยให้กระบวนการทำงานเกิดการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น



การบริหารองค์กรอย่างมีความสุขของบริษัท คิวลิตีฟลัส ช่วยสร้างความพร้อมให้คณาจารย์ที่ศึกษาที่จะก้าวไปสู่สังคมการทำงานที่จะเป็นสังคมใหม่ที่ท้าทาย การเปิดรับข้อมูลจากองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างสุขในองค์กร ช่วยให้คณาจารย์มีความเข้าใจและมีรากฐานของการเป็นเมล็ดพันธุ์การสร้างเสริมความสุขในองค์กรได้เป็นอย่างดี (รูปที่ 3.8)

รูปที่ 3.8

การเยี่ยมชมโรงงานการผลิตของ บริษัท คิวลิตีฟลัส เอสเทติก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ที่มา: โครงการ Happy University (2561e) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982755905117118&ref=page_internal-id=1982755905117118&ref=page_internal

2.

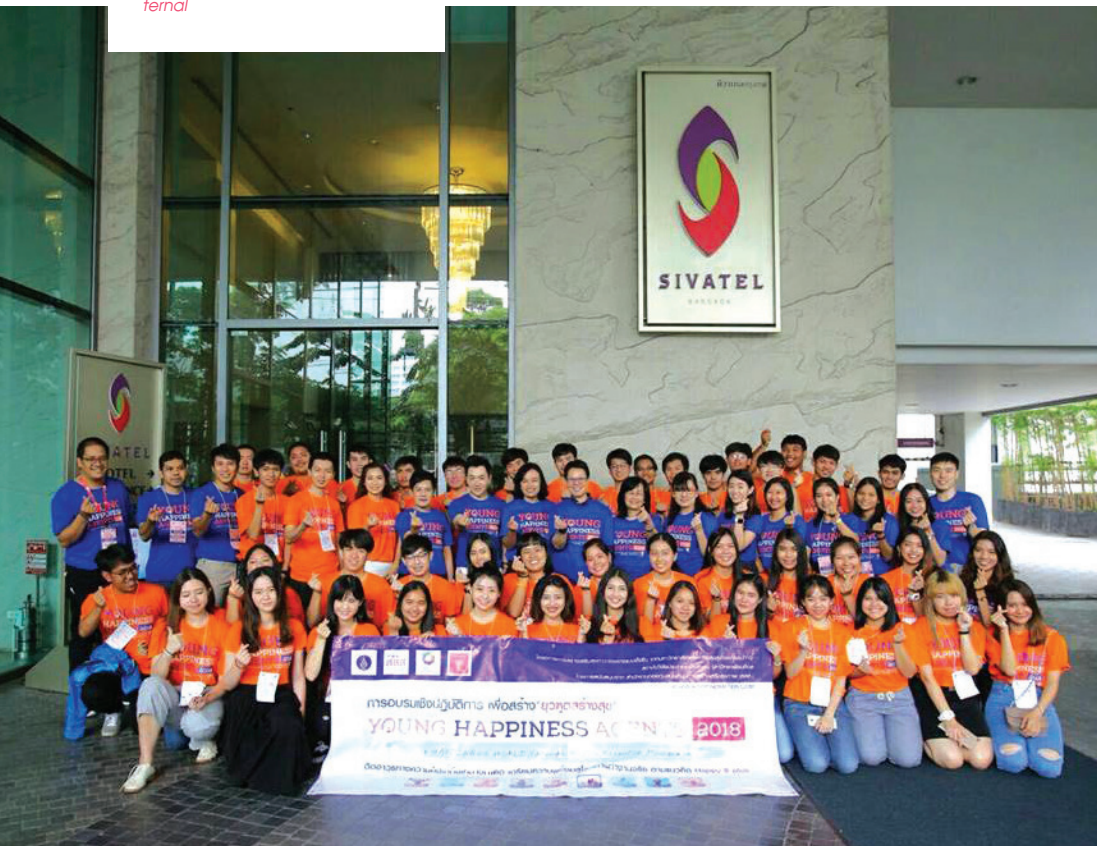
โรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ

คุณอลิสรา ศิวยาธร ผู้บริหารโรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ พร้อมด้วยทีมงานโรงแรมต้อนรับคณะนักศึกษาและคณะทำงานโครงการฯ พร้อมให้เกียรติบรรยายหลักการบริหารองค์กรของโรงแรมศิวาเทลที่มีหลักการบริหารพนักงานด้วยแนวคิดแบบพอเพียงและอบอุ่นเหมือนบ้านหลังที่ 2 (รูปที่ 3.9 และ 3.10)

รูปที่ 3.9

การศึกษาดูงาน ณ โรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ

ที่มา: โครงการ Happy University (2561a) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal



โรงแรมศิวาเทล เป็นโรงแรมระดับห้าดาว ตั้งอยู่ใจกลางย่านธุรกิจในกรุงเทพฯ โรงแรมศิวาเทลมีแนวคิดการพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืน ที่น้อมนำแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดถือเรื่อง “ความยั่งยืน” เป็นสำคัญ จากคำกล่าวที่ว่า “เราต้องการทำธุรกิจให้ยั่งยืน มีกำไรในระดับที่พอดี เราไม่โลภจนเกินไป แต่ก็ต้องพอเพียงที่จะทำให้ธุรกิจมีความมั่นคง และส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นได้”

ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะโรงแรมที่อยู่ใจกลางสุขุมวิทที่ตั้งอยู่ท่ามกลางโรงแรมขนาดใหญ่รอบข้าง ซึ่งการแข่งขันในภาคธุรกิจไม่ได้จำกัดเฉพาะการดึงดูดลูกค้าเท่านั้น แต่รวมถึงการดึงดูดคนทำงานและผู้บริหารร่วมด้วย ทั้งนี้ ในภาคการโรงแรมมักเผชิญกับปัญหาอัตราการลาออกของพนักงานที่สูง อย่างไรก็ตาม แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ยึดหลักการสร้างสุขในองค์กรแบบพอเพียงช่วยให้โรงแรมศิวาเทลมีอัตราการลาออกที่ต่ำ จากแนวคิดการบริหารโรงแรมของคุณ อลิสร่า ศิวายรร ผู้บริหารโรงแรม ที่นำหลัก Happy 8 และเครื่องมือ HAPPINOMETER มาวัดความสุขพนักงานโรงแรม การสร้างสรรค์กิจกรรมสร้างเสริมความสุขให้พนักงานที่ทำได้ง่าย ไม่ยากเป็นจุดเด่นของโรงแรมศิวาเทล ทำให้ความสุขของคนทำงานเกิดขึ้นได้ไม่ยาก เพราะผู้บริหารร่วมขับเคลื่อนกิจกรรมด้วยตนเองควบคู่ไปกับการผลักดันให้คนทำงานทุกคนมีส่วนร่วมกันในการมีความสุขทุกมิติ ความสุขของคนศิวาเทลจึงทำให้พนักงานไม่อยากจะย้ายไปไหน ให้บริการด้วยใจ สะท้อนผลลัพธ์ที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข ผลประกอบการก็เติบโต องค์กรก็เติบโตอย่างมีความสุข



รูปที่ 3.10
การกล่าวต้อนรับและ
บรรยายให้ความรู้โดย
คุณอลิสร่า ศิวายรร

ที่มา: โครงการ Happy University (2561d)
ใน Facebook (Happy University).
https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal

กิจกรรมสร้างเสริมความสุขของโรงแรมศิวาเทลมีความหลากหลาย (รูปที่ 3.11) ทั้งนี้กิจกรรมเด่น ได้แก่

- **มรอสู “Happy Together Workshop”** ซึ่งเป็นการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องกิจกรรมความสุข 8 ประการอย่างจริงจังสอดแทรกไปกับกิจกรรมเสริมต่างๆ นอกจากอบรมให้ความรู้แล้ว ยังเป็นเวทีที่กระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเปิดรับสมาชิกใหม่เข้าชมรมเพิ่มมากขึ้น
- **กิจกรรมระดมสมอง และสมานสามัคคีในรูปแบบต่างๆ**
- **กิจกรรม “Happy Hotel Happy Workplace”** ซึ่งเป็นการจัดซ้อมองค์กรแห่งความสุข แยกเป็นฐานกิจกรรมเพื่อให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมความสุขทั้ง 8 มิติ ซึ่งเป็นการเข้าถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีให้กับพนักงาน โดยเกิดความเข้าใจง่าย สอดแทรกไปพร้อมกับกิจกรรม



รูปที่ 3.11

การเยี่ยมชมกิจกรรมสร้างเสริม ความสุขของโรงพยาบาล

ที่มา: โครงการ Happy University (2561b) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal

- อ่างอิง -

โครงการนวัตกรรมการจัดการสร้างสุข: บูรณาการมหาวิทยาลัยแห่งความสุขสู่องค์กรสุขภาวะแห่งประเทศไทย (2557) วิดีโอชุดที่ 1: What is HAPPINOMETER? (สื่อวิดีโอ).

โครงการ Happy University (2561d) In Facebook (Happy University). สืบค้น 26 มิถุนายน 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561e) In Facebook (Happy University). สืบค้น 24 มิถุนายน 2562

จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982755905117118&ref=page_internal

ชาญวิทย์ วสันต์นารัตน์ (2551). *ความสุข 8 ประการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ผู้จัดการออนไลน์ (16 มีนาคม 2558). สสส.จับมือ 8 มหาวิทยาลัย

สุขภาวะ ใช้ Happinometer ประเมินความสุขของคนในชาติ. ผู้จัดการออนไลน์: สังคมสุขภาพดี. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/goodhealth/detail/958000030653>

แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน. (2552). *คู่มือมาสร้างองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2018). *ศูนย์ข้อมูล สสส.: Happy Workplace มาสร้างองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*.

สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2561 จาก <http://resource.thaihealth.or.th/media>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินตติ้งแอนด์พับลิชซิง.

สำนักศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2017). *ก้าวสู่องค์กรแห่งความสุขในยุค 4.0*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ .

Choi Dong-kyu. (2011). *Human Centered Productivity*. Seoul: Productivity Center of the Republic of Korea.

Davis, L. E. (1977). Enhancing the quality of working life: Developments in the United States. *International Labor Review.*, 116(1), 53-65.

Kohli, A. (2018). What Employees Really Want at Work? *Forbes Leadership*. Retrieve on 28 July 2018 from <https://www.forbes.com/sites/alan kohli/2018/07/10/what-employees-really-want-at-work/>

Rupp, D. E. (2011). An employee-centered model of organizational justice and social responsibility. *Organizational Psychology Review*, 1(1), 72-94.

Zink, K. J. (2008). *Corporate sustainability as a challenge for comprehensive management*. K. J. Zink (Ed.). Heidelberg, Germany: Physica-Verlag.



บทที่ 4
chapter

4



ภาพองค์กร แห่งความสุข ในสายตา ของยุทธศาสตร์ สร้างสุข



องค์กรแห่งความสุข คือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการกระตุ้น จูงใจ สร้างความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้ทุกคนในองค์กร และส่งผลต่อความรักในองค์กรของตนเอง เมื่อทุกคนในองค์กรรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ก็จะช่วยพร้อมปฏิบัติภารกิจขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Happy 8 Plus เป็นเส้นทางลัดที่ช่วยนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายขององค์กรแห่งความสุขได้อย่างไม่หลงทาง ผ่านถนนความสุข 8 เลน ประกอบด้วย สุขภาพดี น้ำใจดี ฝันคล้ายดี ใฝ่รู้ดี จิตวิญญาณดี การเงินดี ครอบครัวดี และสังคมดี ร่วมกับมิติพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร คือ การงานดี



อย่างไรก็ตาม องค์กรแห่งความสุขและแนวทางขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขที่กล่าวถึง เป็นการนิยามและกำหนดแนวทางโดยคนทำงานรุ่นใหญ่ที่เสียเวลาในการทำงานให้กับองค์กรน้อยกว่าคนรุ่นใหม่ การถ่ายทอดแนวคิดองค์กรแห่งความสุขจึงเป็นภารกิจหนึ่งที่โครงการการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กรแบบยั่งยืน: จากมหาวิทยาลัยแห่งความสุขสู่องค์กรสุขภาวะได้ดำเนินการขึ้นเพื่อให้เกิดการสานต่อการทำงานขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุขจากคนทำงานรุ่นที่สู่วุ่น้อง (รูปที่ 4.1) ภาพองค์กรแห่งความสุขในมุมมองของคนทำงานรุ่นน้องย่อมมี

ความแตกต่างหลากหลายไปจากภาพการทำงานเดิม แม้ว่าจะเริ่มจากแนวคิดเดียวกันทั้งนี้ รายงานการอบรมเชิงปฏิบัติการยุทธศาสตร์สร้างสุข “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” ได้เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้สะท้อนภาพความเข้าใจองค์กรแห่งความสุขภายหลังจากการได้รับมเพาะความเป็นยุทธศาสตร์สร้างสุข (รูปที่ 4.2)



รูปที่ 4.1

การถ่ายทอดแนวคิดองค์กรแห่งความสุขจากคนทำงานรุ่นที่สู่วุ่น้อง

ที่มา: โครงการ Happy University (2561c) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

องค์กรแห่งความสุขคืออะไร?

ยุทธศาสตร์สร้างสุขได้สะท้อนภาพองค์กรแห่งความสุขออกเป็นสองนิยามที่มีความสอดคล้องกัน คือ

(1) องค์กรแห่งความสุข คือ องค์กรที่รู้จักบริษัทและวัฒนธรรมองค์กรของตนเอง และมีความใส่ใจในความ สุข ความพึงพอใจของคนทำงาน การรู้จักตนขององค์กรประกอบด้วย การรู้จักจริงของเป้าหมายการประกอบธุรกิจขององค์กร ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน ความต้องการของลูกค้า กระบวนการตรวจสอบคุณภาพและพัฒนาและวิจัยพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และแนวทางขยายโอกาสทางการตลาด ในส่วนของความใส่ใจในความ สุขความพึงพอใจของคนทำงาน ก็คือการมีนโยบายการทำให้เป็นองค์กรแห่งความสุข โดยการทำธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานในองค์กร เป็นการทำธุรกิจโดยใช้แนวคิด Happy 8 Plus และเป็นธุรกิจที่มีการใช้ระบบ Kaizen

(2) องค์กรแห่งความสุข คือ องค์กรที่ใส่ใจคนทำงานใน 9 มิติความสุข มีกิจกรรมส่งเสริมความสุขในองค์กร ซึ่งยุทธศาสตร์สร้างสุขได้ยกตัวอย่างกิจกรรมสร้างสุขที่ถูกใจคนรุ่นใหม่ไว้ดังนี้



รูปที่ 4.2

กิจกรรมการสะท้อนภาพความเข้าใจองค์กรแห่งความสุข

ที่มา: โครงการ Happy University (2561) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_internal



HAPPY BODY

- จัดกิจกรรมออกกำลังกาย
- เต้นแอโรบิก
- แข่งฟุตบอล

HAPPY RELAX

- จัดสัมมนา
- การท่องเที่ยวประจำปี
- การจับฉลากปีใหม่

HAPPY HEART

- การมอบทุนการศึกษา
- มอบรางวัลพนักงานดีเด่น
- การจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์

HAPPY SOUL

- การทำบุญทางศาสนา
- จัดเทศกาลวันสงกรานต์
สงฆ์นำพระ

HAPPY SOCIETY

- การปลูกป่าชายเลน
 - การถ่ายทอดความรู้ที่องค์กรมีความเชี่ยวชาญ เช่น การสอนชุมชนทำสบู่
- จัดกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มี
คณะทำงานลงพื้นที่ชุมชน

ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน
มอบทุนการศึกษา

HAPPY FAMILY

- การให้พนักงานทำงานที่บ้านได้
- ให้ทุนการศึกษาแก่บุตร
- การนำกล่องถังกระต๊อชมาขายเพื่อเป็นทุนการศึกษาให้บุตรของพนักงาน

HAPPY MONEY

- การมีสวัสดิการกองทุนกู้ยืมเงินโดยไม่คิดดอกเบี้ย
- การเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนกระจายสินค้าและปันผลกำไรของบริษัทได้
- ส่งเสริมช่องทางหารายได้เพิ่มให้แก่พนักงาน
- จัดกิจกรรมช่วยเหลือพนักงานที่กำลังประสบปัญหา

HAPPY BRAIN

- ให้ความรู้เรื่อง Kaizen
- การให้โอกาสพนักงานได้เรียนรู้พัฒนาตนเอง
- จัดกิจกรรมระดมความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์

เพื่อให้พนักงานร่วมกัน
ทำโปรเจกต์พัฒนาองค์กร

- ส่งพนักงานไปแข่งขันต่างประเทศ

HAPPY WORKLIFE

- การให้พนักงานทำงานจากบ้านได้
- การมอบรางวัลเที่ยวต่างประเทศ
- การจัดให้มีสวัสดิการสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน
- จัดพื้นที่ co-working space

รูปที่ 4.3
ระดับคำจำกัดความ
ของ “ทุกคน” ที่สะท้อน
นักสร้างสุขในมุมมอง
ของคนรุ่นใหม่

ที่มา: ดัดแปลงจาก
แผนที่ความคิดของ
ยุทธศาสตร์สุข
สุภรดี จรัสสิทธิ์
(กันยายน 2561)

นักสร้างสุข ขององค์กร แห่งความสุข คือใคร?



นักสร้างสุขในมุมมองของคณกรุ่นใหม่สะท้อนกลุ่มคนที่กว้างกว่านักสร้างสุขในบริบทเดิม กล่าวคือ นักสร้างสุขขององค์กรไม่ใช่กลุ่มคนที่องค์กรคัดเลือกหรือแต่งตั้งให้เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมขับเคลื่อนความสุขของคนในองค์กรเท่านั้น แต่นักสร้างสุขขององค์กรในมุมมองของคณกรุ่นใหม่หมายถึง “ทุกคน” ซึ่งทุกคนในที่นี้ มีความเหลื่อมซ้อนของความคิดออกมาเป็น 3 นิยาม (รูปที่ 4.3) คือ

ทุกคน หมายถึงคนทำงานในองค์กร ทั้งที่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ลูกจ้างประจำ และบุคลากรในองค์กร

ทุกคน หมายถึงบุคลากรในองค์กร ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะคนทำงาน แต่หมายรวมถึงผู้บริหารขององค์กรด้วย ได้แก่ ประธานกรรมการบริหาร (CEO) ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง และพนักงานทุกระดับชั้น

ทุกคน หมายถึงทุกคนในสังคมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ผู้บริหารองค์กร หัวหน้างาน พนักงานทุกระดับชั้น และรวมถึงลูกค้าและชุมชนสังคมแวดล้อมองค์กร

ภายใต้ 3 ระดับคำจำกัดความของ “ทุกคน” ที่สะท้อนนักสร้างสุขในมุมมองของคนรุ่นใหม่นี้ พบว่ามากกว่ากึ่งหนึ่งของยุทธศาสตร์สุขเห็นด้วยกับทุกคนในขอบเขตที่กว้างที่สุด คือ ทุกคนในสังคมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ควรจะมีส่วนร่วมในการเป็นผู้รับผิดชอบขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุข



รูปที่ 4.4

กิจกรรมการสะท้อนภาพความเข้าใจ
องค์กรแห่งความสุข

ที่มา: โครงการ Happy University
(2561) ใน Facebook (Happy
University). [https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_](https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_internal)
[internal](https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_internal)



ทำไม จึงต้อง สร้างสุขให้ องค์กร?

คนรุ่นใหม่เห็น
ด้วยกับการเสริมสร้าง
ความสุขให้องค์กร แต่
วางความสำคัญของ
กิจกรรมสร้างความสุข
ไว้บนฐานของเหตุผล
ที่แตกต่างกัน

• ความสุขจำเป็นต่อองค์กร

ความสุขเป็นพื้นฐานการทำงานที่ดี เมื่อพนักงานมีความสุข การทำงานก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลสำเร็จของงานก็จะดีตามไปด้วย

• ความสุขช่วยพัฒนาศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์

คนในองค์กรเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนที่นำไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่มากขึ้น เมื่อพนักงานมีความสุข ประสิทธิภาพการทำงานก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

• การสร้างเสริมความสุขช่วยลดคลาย ปัญหาในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับคน

ในองค์กรมีปัญหาก็เกี่ยวกับคนที่หลากหลาย ซึ่งจะบั่นทอนศักยภาพการทำงานของคนทำงานได้ ดังนั้น การสร้างเสริมความสุขในองค์กรจะช่วยคลี่คลายปัญหาที่มีอยู่ได้ การประสบปัญหาทางการเงินของพนักงาน การไม่มีความสุขของพนักงาน ความจำกัดของงบประมาณ สถานที่ที่ไม่สร้างบรรยากาศการทำงานที่เหมาะสม และการขาดกำลังใจของพนักงาน ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะคลี่คลายลง หากได้ผ่านกิจกรรมสร้างความสุขต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อสร้างกำลังใจ และมอบทุนการศึกษา เพื่อสนับสนุนบุตรหลานพนักงาน เป็นต้น

- อ้างอิง -

โครงการ **Happy University** (2561c) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

โครงการ **Happy University** (2561f) In Facebook (Happy University). สืบค้น 25 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_internal

สุภรัตน์ จรัสสิทธิ์ (กันยายน 2561). *แผนที่ความคิดของยุทธศาสตร์สุข: What Who Why How การสร้างเสริมความสุข*. ไปสเตอร์ นำเสนอใน การอบรมเชิงปฏิบัติการ “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” โรงแรมแกรนด์ มีราเคิล คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ



บทที่ 5
chapter

5



องค์กรแห่งความสุขของคนทำงานรุ่นใหม่



ภาพองค์กรในอนาคตเป็นสิ่งที่ยากจะคาดเดา เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน จึงไม่มีใครสามารถหยั่งรู้ได้แน่ชัดว่าองค์กรในอนาคตจะเป็นเช่นไร แต่ความไม่รู้ที่ไม่สามารถเป็นกำแพงปิดกั้นการเตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ องค์กรที่มีความพร้อมในการปรับตัวก็มีโอกาสที่จะอยู่รอดในโลกธุรกิจได้ต่อไป

คนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มคนที่คาดเดาภาพองค์กรในอนาคตได้ดีที่สุด เพราะเขาจะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเหล่านั้น ทั้งในฐานะทรัพยากรบุคคลสำคัญขององค์กร และลูกค้าผู้บริโภคสินค้าและบริการที่องค์กรผลิต ในทางเดียวกัน “ยุทธศาสตร์สุข” ก็เป็นกลุ่มนักสร้างสุขที่ดีที่สุดที่จะวางแนวทางการสร้างความสุขให้แก่องค์กรในอนาคต รายงานการอบรมเชิงปฏิบัติการยุทธศาสตร์สุข “Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management” จึงได้ฝากคำถามสำคัญให้แก่ยุทธศาสตร์สุขที่เข้าร่วมกิจกรรมในสองคำถามหลักคือ (1) ทิศทางของการสร้างสุขในองค์กรจะเป็นอย่างไร และ (2) องค์กรจะสามารถบริหารจัดการให้เกิดความสุขในองค์กรได้อย่างไรในอนาคต ซึ่งคำตอบของยุทธศาสตร์สุขได้สะท้อนผ่านแผนปฏิบัติการเสริมสร้างความสุขให้แก่องค์กรประเภทต่างๆ 6 แบบจำลอง

5.1 องค์กรเอกชน: Meal, Ready-to-Eat



องค์กรที่มุ่งเน้น

“
จัดบ้านให้เป็นที่ทำงาน
และปรับที่ทำงานให้
เหมือนบ้าน
”

รูปที่ 5.1

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

Meal, Ready-to-Eat

ที่มา: โครงการ Happy University (2561g) ใน Facebook (Happy University).
https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal

ผลิตภัณฑ์:

อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Meal, Ready-to-Eat: MRE) (รูปที่ 5.1 และ 5.2) เป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีบรรจุภัณฑ์แยกเป็นชิ้นๆ น้ำหนักเบาพกพาง่าย และให้พลังงานสูง บริษัทจะมุ่งผลิตให้เป็นอาหารของทหาร เพราะเมื่อทหารไปออกรบ หรือลาดตระเวน ต้องไปเดินป่านานๆ เขาจะต้องกินอาหารที่ให้พลังงานสูง และต้องพกพาสะดวก ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าเริ่มจากกลุ่มทหาร และสามารถขยายขอบเขตไปสู่ผู้บริโภคที่มีความต้องการพื้นฐานของสินค้าร่วมกัน เช่น นักเดินป่า ผู้ประสบภัย และผู้ปฏิบัติภารกิจภาคสนาม

ความต้องการตลาดในอนาคต:

ในประเทศไทยยังหาผลิตภัณฑ์แบบนี้ได้ยาก คือเป็นอาหารพร้อมรับประทานที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนที่เป็นนักเดินป่า ผู้ประสบภัย หรือคนที่ออกปฏิบัติภารกิจในสนามรบ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและยังช่วยเหลือสังคมร่วมด้วย โดยเมื่อมีเหตุการณ์ภัยพิบัติ อาหารขององค์กรก็จะถูกใช้แทนอาหารปกติได้ เช่น ในสภาวะภัยพิบัติ ไม่มีไฟฟ้า และอุปกรณ์การประกอบอาหารไม่พร้อม ก็รับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานนี้ได้



รูปที่ 5.2
 การนำเสนอผลงานประเภทองค์กร
 เอกชน: **Meal, Ready-to-Eat**
 ที่มา: โครงการ Happy University (2561g) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal

ลักษณะองค์กร

องค์กรมีลักษณะเหมือนองค์กรทั่วไป คือประกอบไปด้วยผู้บริหาร ฝ่ายโลจิสติกส์ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายวิจัย และแผนกบัญชี ทั้งนี้ องค์กรจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับฝ่ายวิจัยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

องค์กรเริ่มต้นในรูปแบบ Start-up และเมื่อสามารถขยายช่องทางการตลาดได้ ก็จะขยายฐานการค้าในธุรกิจไปยังประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศจีน ซึ่งอนาคตจะมีบุคลากรที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและภาษา

การบริหารจัดการ

ให้เกิดความสุขในองค์กร:

ประยุกต์ใช้แนวคิด Happy 8 Plus โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลชีวิตกับการทำงาน ทั้งในส่วนของเวลาการทำงานและบรรยากาศในการทำงาน มุ่งเน้น “จัดบ้านให้เป็น ที่ทำงาน และปรับที่ทำงานให้ เหมือนบ้าน”

จัดบ้านให้เป็น ที่ทำงานผ่านการลด ชั่วโมงการทำงานที่บริษัทให้น้อยลง

พนักงานไม่จำเป็นต้องผลิตงานที่บริษัท แต่สามารถผลิตงานที่ใดก็ได้

บริหารจัดการเวลาให้กับพนักงาน ฝ่ายการผลิต โดยการแบ่งเวลาการทำงานเป็นกะ กะเช้าและกะเย็น

เพื่อไม่ให้พนักงานฝ่ายการผลิตต้องผลิตตลอดทั้งวันทำงานคนละ 5 - 6 ชั่วโมงต่อวัน แต่ว่าเงินเดือนเท่าเดิม เงินเดือนเท่ากับคนที่ทำงาน 8 ชั่วโมง 9 ชั่วโมง ในกรณีเร่งเพิ่มการผลิตก็

จะดำเนินงานในรูปแบบการทำงานล่วงเวลาที่ผู้ทำงานจะมีรายได้เพิ่มจากการทำงานเพิ่มด้วย ทั้งนี้ อาจจะมีผลในการลงทุนที่สูงขึ้นนิดหน่อย แต่บริษัทจะได้ผลลัพธ์ผ่านผลิตภาพที่มากขึ้นกว่าเดิม

ปรับที่ทำงานให้เหมือนบ้าน

โดยลดความเครียดของพนักงาน ด้วยการจัดเตรียมสถานที่เพื่อผ่อนคลาย เช่น กรณีพนักงานอยู่ในห้องการผลิต หรือยืนอยู่หน้าร้านหลายชั่วโมง ก็จะสามารถพักผ่อนได้ โดยบริษัทจะจัดห้องพักไว้ให้ สามารถพักเบรก 15 นาที ห้องพักนี้จะเป็นห้องออกกำลังกาย ห้องเล่นปิงปอง หรือมีกีฬาต่างๆ ให้เล่น

ลดภาระทางการเงิน

โดยช่วยประหยัดเงินทางบ้านของพนักงาน ผ่านโครงการปลูกพืชผักสวนครัวไว้ที่โรงงาน ให้พนักงานในโรงงานช่วยกันปลูก เมื่อเก็บเกี่ยวได้พนักงานก็สามารถเก็บกลับบ้านทำอาหารที่บ้านได้ ซึ่งจะลดค่าใช้จ่ายของพนักงาน

การดำเนินการขององค์กรต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่เป็นสากล

เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับทรัพยากรมนุษย์ในระดับนานาชาติร่วมด้วย

5.2 องค์กร รัฐวิสาหกิจ: High Speed Rail

“
ความสุขในสังคมส่วนรวม
คือความสุขของเรา
”

ผลิตภัณฑ์:

รถไฟความเร็วสูง (High Speed Rail)
(รูปที่ 5.3)

องค์กรให้บริการรถไฟความเร็วสูงในประเทศไทย มีเส้นทางจากใต้สุดไปจนถึงเหนือสุดของประเทศ และในอีก 10 ปีข้างหน้าจะขยายบริการเส้นทางออกนอกประเทศ ก็คือยาวไปจนถึงประเทศจีน และมีทิศทางการพัฒนาการขนส่งระบบรางให้ขยายเชื่อมต่อกับประเทศไทยไปยังทวีปอื่น ๆ เช่น ทวีปยุโรป

รถไฟฟ้าความเร็วสูง เป็นรถไฟที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานน้ำ ทั้งนี้ การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ รถไฟจะเก็บพลังแสงอาทิตย์ไว้ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าตอนกลางวันก็จะเก็บพลังงานจากกลางวันไว้วิ่งตอนกลางคืนได้ หากว่าพลังแสงอาทิตย์ไม่เพียงพอก็สามารถใช้พลังงานน้ำที่เติมได้ตามสถานีต่างๆ ไปตลอดเส้นทาง

ความต้องการตลาดในอนาคต:

ในปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาการจราจร การจราจรติดขัดมาก โดยเฉพาะในเมืองหลวง และเมืองโตเดี่ยว ในภูมิภาคต่างๆ จะประสบปัญหาการจราจรติดขัดทั้งในเวลาเช้า-เย็น และเวลาเร่งด่วน การดำเนินธุรกิจขององค์กรนี้สามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ กล่าวคือรถไฟความเร็วสูงสามารถพาไปถึงจุดหมายได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก ค่าใช้จ่ายไม่แพง ประชาชนส่วนใหญ่สามารถจ่ายได้ เข้าถึงได้ง่าย

ลักษณะองค์กร:

องค์กรดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Trend) มุ่งลดค่าใช้จ่ายการเดินทางของประชาชน และความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

องค์กรให้บริการทุกกลุ่มลูกค้า ทั้งนักเรียน คนทำงาน ผู้สูงอายุ และคนทุกระดับฐานะทางเศรษฐกิจ เนื่องจากทุกคนต้องเดินทาง มีความต้องการใช้บริการทุกกลุ่ม

บริษัทเสนอส่วนลดค่าโดยสารเพื่อขยายฐานการเข้าถึงบริการของประชาชน ในรูปแบบสมาชิก สมัครสมาชิกเป็นรายเดือนหรือรายปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิกนานก็จะยิ่งมีส่วนลดให้

การบริหารจัดการให้เกิดความสุขในองค์กร:

การบริหารงานขององค์กรยังคงรักษาวัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มองค์กรรัฐวิสาหกิจ คือ บริหารงานแบบลำดับชั้น (hierarchy) มีประธานกรรมการบริหาร เป็นตำแหน่งสูงสุดในการบริหารงาน เพื่อให้การบริหารงานหรือการตัดสินใจมันจะเป็นไปด้วยความรวดเร็วมากกว่าที่จะมีการใช้ผู้บริหารงานแบบหลายคน ซึ่งถ้ามากเกินไปจะทำให้ระยะเวลาในการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาดำเนินไปช้า ประธานกรรมการบริหาร กระจายอำนาจสู่หัวหน้าฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายทรัพยากรบุคคล การเงิน วิศวกรรม และฝ่ายประสานงานที่จะประสานงานภายนอกประเทศหรือว่าศูนย์ต่างๆ

รูปที่ 5.3

การนำเสนอผลงานประเภทองค์กรรัฐวิสาหกิจ: High Speed Rail

ที่มา: โครงการ Happy University (2561g) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal



“ความสุขในสังคม
ส่วนรวม คือความสุข
ของเรา” กล่าวคือ องค์กร
มุ่งเน้นกลยุทธ์การมีส่วนร่วม
ทางสังคม (Social
Engagement) ทั้งการ
ตอบแทนคืนสังคม เช่น
การให้ทุนการศึกษาที่ไม่
ได้จำกัดเฉพาะคนใน
บริษัท แต่ขยายโอกาสไป
ยังทุกคนในสังคม

องค์กรส่งเสริมการ
พัฒนาทักษะของ
บุคลากร โดยการให้ทุน
ภายในองค์กร คือให้ทุน
พนักงานไปศึกษาต่อ สืบ
เนื่องจากการดำเนินธุรกิจ
ขององค์กรไม่ได้จำกัด
เฉพาะในประเทศ แต่การให้
บริการจะขยายฐานไปยัง
ประเทศอื่นๆ ร่วมด้วย จึง
ต้องการบุคลากรที่มีมุมมอง
กว้างระดับนานาชาติ

การประชุมเป็นคำตอบของ
ประสิทธิภาพองค์กร แม้จะมีการบริหาร
แบบลำดับขั้น แต่การประชุมจะเป็นสิ่งสำคัญ
ที่ทำให้การดำเนินงานก้าวหน้า องค์กรจะทำ
แผนยุทธศาสตร์ และปรับยุทธศาสตร์อย่าง
สม่ำเสมอ โดยการประชุมระดมสมอง เมื่อพบ
ปัญหาก็จะทำการประชุมแก้ไขปัญหอย่าง
สม่ำเสมอ แม้ว่าจะไม่มีปัญหา องค์กรก็จะต้อง
ประชุมเพื่อพิจารณาผลสำเร็จของการทำงาน
และความก้าวหน้าขององค์กรอยู่เสมอ

5.3 องค์กร ระหว่าง ประเทศ: Anti-war Movement

“
ให้ความสุขของชาวโลก
เป็นหน่วยนับของ
ผลประกอบการองค์กร
”

ผลิตภัณฑ์:

องค์กรต่อต้านการเกิดสงคราม
ระหว่างประเทศ (Anti-war Move-
ment) (รูปที่ 5.4)

องค์กรขับเคลื่อนการต่อต้าน
สงคราม รวมไปถึงการป้องกันสกัด
กัน ยับยั้ง และช่วยเหลือ ป้องกันใน
ที่นี้คือป้องกันทั้งในกรณีที่มีปัญหา
เกิดขึ้นแล้ว หรือยังไม่มีปัญหา
องค์กรจะรณรงค์ป้องกันสงคราม
ไม่ให้เกิดขึ้น เช่นต่อต้านการใช้
อาวุธ หรือต่อต้านการกระทำที่ก่อให้เกิด
เกิดความขัดแย้งกัน ต่อต้านการ
แทรกแซงทางการเมือง ต่อต้านการแย่งชิง
ทรัพยากร ของแต่ละประเทศ เป็นต้น
การยับยั้งในที่นี้ คือ เมื่อเกิดปัญหา
ขึ้นแล้ว หรือเกิดสงคราม หรือความขัดแย้ง
ของคู่ขัดแย้ง องค์กรจะเข้าไปเจรจา หา
ทางออกที่ดีที่สุด ที่ไม่ให้เกิดคู่ขัดแย้ง ฝ่ายใด
ฝ่ายหนึ่งได้เปรียบหรือเสียเปรียบผลักดัน
การร่างสัญญาระหว่างภาคีเพื่อการสงบศึก
หรือสัญญาปลดอาวุธ

การช่วยเหลือ จะดำเนินเมื่อสงครามได้ผ่านไป หรือสงครามยุติลง องค์กรจะดำเนินการในแง่ของการช่วยเหลือในระยะชั่วคราว หรือระยะเบื้องต้น คือ จัดหาที่พักให้ ดูแลเยียวยาทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และดูแลเรื่องระบบต่าง ๆ ในเบื้องต้น การช่วยเหลือในระยะยาวนั้นองค์กรจะช่วยหาที่อยู่อาศัยที่เป็นหลักแหล่ง และส่งเสริมทางด้านการเรียนรู้ การประกอบอาชีพ แล้วก็ศึกษาเรียนรู้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานให้ผู้ประสบภัยสามารถต่อยอดเองได้



รูปที่ 5.4

การนำเสนอผลงานประเภทองค์กร
ระหว่างประเทศ: *Anti-war
Movement*

ที่มา: โครงการ Happy University (2561g) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal

ความต้องการตลาดในอนาคต:

สงครามเกิดขึ้น ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และมีแนวโน้มจะคงอยู่ต่อไปในอนาคต ทั้งการต่อสู้ภายในประเทศ และสงครามที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศ ซึ่งสงครามในที่นี้เกิดจากหลากหลายสาเหตุ ทั้งชาติพันธุ์ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง ความขัดแย้งระหว่างประเทศที่มีมาอย่างยาวนาน สะท้อนความต้องการการขับเคลื่อนขององค์กรเพื่อสร้างสันติภาพ

ลักษณะองค์กร:

องค์กรดำเนินธุรกิจ โดยการสนับสนุนขององค์กรอื่นและหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านเงินบริจาค นอกจากนี้ ยังดำเนินงานผ่านการเป็นเจ้าของร่วมของคนจากทั่วโลก ผ่านการถือหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งการขึ้นลงของราคาหุ้น จะหมุนตามผลประกอบการขององค์กร อย่างไรก็ตามถ้าไร จะไม่ใช่ตัวชี้วัดความสำเร็จหรือตัวชี้วัดผลประกอบการองค์กร แต่ความสงบสุขของชาวโลกจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญในความสำเร็จขององค์กร

ทุกคนเกิดมาล้วนมีความฝันว่าอยากเห็นโลกสงบสุข ทุกคนอยากช่วยเหลือคนอื่นอยู่แล้ว ถ้าเลือกได้ ทุกคนอยากเป็น Super Hero แต่ด้วยความจำเป็นในชีวิตทำให้พวกเขาต้องเลือกอาชีพที่ได้เงิน การเปิดให้ลงทุนในหุ้นเป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนมาร่วมเป็น Super Hero ให้แก่โลกของเรา

ความสงบสุขไม่สามารถสร้างเม็ดเงินได้ แต่ความไม่สงบสุขสามารถก่อต้นทุนให้กับระบบเศรษฐกิจ เช่น ความขัดแย้งระหว่างประเทศในวันออกกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำมัน เมื่อเกิดความขัดแย้ง ก็จะมีส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศมหาอำนาจต่างๆ ก็จะได้รับผลกระทบ ดังนั้น แท้จริงแล้ว สังคมชุมชนในปัจจุบันไม่สามารถขีดเส้นแบ่งอาณาบริเวณได้อีกแล้ว ไม่มีสังคมใดสามารถตัดกันขาดได้ เนื่องจากทุกอย่างมันเชื่อมโยงกันหมด เมื่อเศรษฐกิจล่มในภูมิภาคหนึ่ง ก็ส่งผลให้ภูมิภาคอื่นๆ เกิดความซบเซาไปด้วย ดังนั้น กลุ่มประเทศที่จะได้รับผลกระทบจากสงครามหรือความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ก็มีแนวโน้มมีบริจาคหรือถือหุ้นส่วน

การบริหารจัดการ

ให้เกิดความสุขในองค์กร:

การบริหารงานขององค์กรวางอยู่บนฐานของการรับรู้ความหลากหลาย และกระตุ้นให้เกิดความหลากหลายเหล่านั้นคงอยู่ในองค์กร

ยอมรับความหลากหลาย และไม่พยายามทำให้ความหลากหลายเป็นหนึ่งเดียว ทั้งนี้ การยอมรับความหลากหลายจะเป็นฐานสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เนื่องจากคนทุกคนมีความหลากหลาย สังคม เชื้อชาติ และประเทศก็เช่นกัน ที่ล้วนมีความแตกต่าง แต่การรับรู้ถึงความหลากหลายของคนในปัจจุบันก็นำไปสู่ความพยายามทำให้ความหลากหลายเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งเป็นไปไม่ได้ยาก การควมรวมเป็นหนึ่งเดียวมักจะวางอยู่บนฐานของฐานคิดของความเหลื่อมล้ำ คือเป็นความหลากหลายที่ฉันเหนือกว่า พวกเขาดีต่อกว่า เพราะฉะนั้นผู้ที่ดีคิดว่าตนเองเหนือกว่าจึงพยายามทำตัวเป็นต้นแบบ และบังคับปรับเปลี่ยนฝ่ายที่ต่ำกว่าให้ปฏิบัติและคิดตาม

การยอมรับความหลากหลาย และไม่พยายามทำให้ความหลากหลายเป็นหนึ่งเดียวนั้น จะเน้นความเข้าใจ และกระตุ้นให้เกิดความคงไว้ซึ่งความหลากหลายเหล่านั้น ทั้งความหลากหลายในการทำงาน วิธีการดำเนินชีวิต และทัศนคติ

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์วางบนฐานความเข้าใจในความหลากหลาย

ที่ยอมรับความแตกต่างของสัญชาติ เชื้อชาติ เพศ และวัย โดยองค์กรจะให้อิสระในวิธีทำงาน จะไม่มีการวางรูปแบบการทำงานที่ตายตัว ว่าต้องทำงานอย่างไร แต่จะเป็นการทำงานตามบริบทสังคมนั้นๆ ทุกคนจะมีส่วนร่วมเสนอความคิดและสร้างสรรค์องค์กร

5.4 องค์การ การศึกษา: School of the Future



“
สร้างเสริมความรู้ให้นักเรียน
ควบคู่ไปกับการจัดชุมชน
และสังคม

”

ผลิตภัณฑ์:

โรงเรียน School of the Future นำเสนอแผนการสอนแบบใหม่ เป็นโรงเรียนที่มีแผนการสอนไม่เหมือนโรงเรียนอื่น โดยให้ผู้เรียนเป็นผู้ออกแบบวางแผนการเรียนการสอนเอง ดำเนินการสอนโดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อหลักในการเรียนการสอน ทั้งการใช้ inter projector หุ่นยนต์ และเครื่องมือช่วยสอนต่างๆ ซึ่งจะช่วยอาจารย์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนให้มากยิ่งขึ้น (รูปที่ 5.5)

นักเรียนไทยปัจจุบันเรียนหนัก แต่กลับขาดความคิดสร้างสรรค์ และไม่สามารถเข้าใจความต้องการของตนเองได้ สร้างข้อจำกัดที่จะเปิดให้เด็กสามารถออกแบบชีวิตตนเองได้อย่างเหมาะสม หลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน School of the Future จะเปิดให้เด็กได้ค้นหาความต้องการของตนเอง เลือกเรียน เลือกใช้เวลาศึกษาหาความรู้ภายใต้ความสนใจที่ตนเองมี โดยในช่วงเช้าของวัน นักเรียนจะเรียนตาม

หลักสูตรปกติ ที่เป็นหลักสูตรมาตรฐานตามกฎกระทรวง ส่วนในหลักสูตรช่วงบ่าย จะเป็นกิจกรรมที่นักเรียนมีอิสระเลือกเองตามความสนใจ นักเรียนจะใช้เวลาในช่วงบ่ายนี้ ศึกษาเรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยที่โรงเรียนจะจัดเตรียมสื่อ โครงสร้างพื้นฐาน และอุปกรณ์ต่างๆ รองรับ ทั้งในด้านกีฬา เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ก็จะเป็นหน้าที่ของโรงเรียนที่จะเตรียมการสนับสนุนเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนได้รู้และเกิดทักษะความ



เชี่ยวชาญตามความสนใจ ซึ่งหนึ่งกิจกรรมในช่วงบ่ายจะส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้ไปพร้อมกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อประโยชน์ของชุมชนร่วมด้วย

โรงเรียนจะมุ่งพัฒนาจิตใจของนักเรียนควบคู่ไปกับการให้ความรู้ทางวิชาการจากการเปิดโอกาสให้เด็กรู้จักตัวตนของตนเอง และยอมรับตัวตนของบุคคลอื่น เข้าใจความหลากหลายซึ่งกันและกัน ซึ่งจะช่วยสร้างสันติสุขในการอยู่ร่วมกัน ลดปัญหาของการเหยียดเชื้อชาติ ศาสนา



รูปที่ 5.5

การนำเสนอผลงานประเภทองค์การการศึกษา:
School of the Future

ที่มา: โครงการ Happy University (2561g)
ใน Facebook (Happy University).
https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal

ความต้องการตลาดในอนาคต:

โรงเรียน School of the Future มีที่มาจากปัญหาของเด็ก ที่การเรียนภายใต้หลักสูตรปัจจุบันทำให้เด็กในโรงเรียนค้นพบตัวเองช้ามากกว่าเขาต้องการอะไร โรงเรียน School of the Future นำเสนอแผนการสอนแบบใหม่ที่เด็กเป็นผู้ออกแบบหลักสูตร ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินการเรียนการสอนเป็นหลัก ซึ่งจะเป็นโรงเรียนที่เหมาะสมกับอนาคต

เทคโนโลยีกำลังทวีบทบาทมากขึ้นในภาคธุรกิจ การผลิต และรวมถึงภาคการศึกษาด้วยความสำคัญของเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ปฏิเสธได้ยากในชีวิตประจำวัน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการศึกษา จะช่วยให้นักเรียนสามารถปรับตัวแล้วก็เรียนรู้กับมันได้อย่างถูกต้อง ได้รู้จักแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ ทั้งนี้ แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นสิ่งที่นักเรียนคุ้นชินแต่ในทางวิชาการนักเรียนบางคนยังขาด

ความรู้ความเข้าใจในการหาความรู้ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่รู้ว่าจะหาข้อมูลที่เป็นวิชาการได้จากไหน สามารถใช้เล่นได้เพียงอย่างเดียว

การเปิดโอกาสให้เด็กวางแผนหลักสูตรของตนเอง เป็นการกระตุ้นให้เด็กสร้างความเข้าใจในตัวตนเอง ค้นพบความต้องการ และเรียนรู้ที่จะวางแผนอนาคตด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ประเทศได้เด็กที่มีคุณภาพ เด็กมีความรู้สูงในเรื่องที่ตนชอบและถนัด สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ชีวิตได้ ไม่ใช่เพียงแค่มาจบการศึกษาไปเพื่อใช้เป็นวุฒิในการเรียนต่อในระดับสูงขึ้นไปเท่านั้น

ลักษณะองค์กร:

โรงเรียน School of the Future เป็นโรงเรียนระดับขั้นมัธยมศึกษา เปิดสอนในระดับขั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล และมีแผนการขยายกิจการในอนาคตไปสู่พื้นที่ชนบท หลักสูตรการศึกษาเปิดกว้างให้เด็กได้ค้นหาความต้องการของตนเอง เลือกเรียน เลือกใช้เวลาศึกษาหาความรู้ภายใต้ความสนใจที่ตนเองมี โดยในช่วงเช้าของวัน นักเรียนจะเรียนตามหลักสูตรปกติ ส่วนในหลักสูตรช่วงบ่าย จะเป็นกิจกรรมที่นักเรียนมีอิสระเลือกได้ตามความสนใจ

โรงเรียนมีบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนประมาณ 80 คน ซึ่งได้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกบนฐานความถนัดและความเชี่ยวชาญ เช่น บุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นผู้ที่จบการศึกษามาโดยตรงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความรู้และความถนัดในด้านดังกล่าว

การบริหารจัดการ

ให้เกิดความสุขในองค์กร:

จุดเด่นของการสร้างสุขในองค์กร คือการควมรวมงานประจำ เข้ากับกิจการเพื่อสังคม การเรียนรู้ทำได้ทุกที่โดยไม่จำกัดเฉพาะในชั้นเรียน โรงเรียนจะส่งเสริมให้ครูและเด็กทำกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับสังคม เพื่อสร้างทักษะความรู้ให้นักเรียนสร้างประโยชน์ให้สังคม และสร้างสุขในมิติสังคมดีให้บุคลากร

ดำเนินกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับสังคม มาเป็นส่วนทดแทนการเรียนการสอน โดยสร้างระบบ win-win situation ที่นักเรียนได้เรียนรู้จากกิจกรรม ครูอาจารย์ได้ความสุขในมิติสังคมดี คือทำงานไม่เฉพาะเยาวชนไปพร้อมกับการช่วยเหลือสังคม

การยอมรับความเป็นตัวตนและเข้าใจความต้องการของตนเอง จะไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการไม่เฉพาะนักเรียนในกำกับเท่านั้น แต่แนวคิดนี้ก็จะถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้เกิดความสุขด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ องค์กรการยอมรับความเป็นตัวตน และเปิดให้บุคลากรได้เข้าใจความต้องการของตนเอง โดยองค์กรจะเปิดให้คนทำงานได้ออกแบบกิจกรรมงานของตนในแบบที่ตนเองถนัด พัฒนารูปแบบการสอน และใช้สื่ออุปกรณ์ต่างๆ ภายใต้การออกแบบของตนเอง ซึ่งจะรวมถึงเวลาการทำงานของบุคลากรด้วย ที่จะสามารถจัดสรรได้เอง เลือกสถานที่ทำงานได้เอง โดยครูผู้สอนสามารถจัดเตรียมการเรียนการสอนที่ใดก็ได้ เมื่อใดก็ได้ ไม่จำกัดขอบเขตว่าต้องอยู่ภายในโรงเรียน หรือทำเฉพาะเวลาราชการ กิจกรรมที่ครูทำร่วมกับนักเรียน จะเป็นช่วงเวลาที่สะดวกร่วมกันระหว่างครูและนักเรียน

เป็นองค์กรที่สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่โดยไม่ต้องเรียนจากในชั้นเรียน หรือวิจัยเฉพาะในที่ทำงาน มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วย แต่ไม่ได้มาแทนบุคลากร

5.5 องค์กร ภาครัฐ: Suppress Cheat

รูปที่ 5.6

การนำเสนอผลงานประเภทองค์กร
ภาครัฐ: *Suppress Cheat*

ที่มา: โครงการ Happy University
(2561g) ใน Facebook (Happy
University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal



“
ปลุกฝัง
ความถูกต้อง
ให้หยั่งรากลึก
ในใจของ
ทุกคน
ในองค์กร
”

ผลิตภัณ์:

องค์กรปราบ
โกง ในรูปแบบองค์กร
อิสระที่คอยสอดส่อง
ความเป็นไปของ
ประเทศ ให้ดำเนินไป
อย่างถูกต้องเหมาะสม
(รูปที่ 5.6)

ความต้องการตลาดในอนาคต:

องค์กรปราบโกงมีความโดดเด่น และ
ชัดเจนในตัวของตัวเอง ยึดถือความ
โปร่งใส และมุ่งแก้ไขปัญหาที่ฝังรากลึกมายาว
นานของประเทศ การทำงานขององค์กรเป็น
สิ่งที่ถูกต้อง คนทำงานรุ่นใหม่จะเลือกสิ่งที่ถูก
ต้องมากกว่าถูกใจ ความสุขของประชาชน
เป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่ต้องร่วมสร้าง เงินทุกบาท
ทุกสตางค์เป็นภาษีของประชาชน เราควร
นำเงินส่วนนี้ไปพัฒนาท้องถิ่นให้มากที่สุด
ไม่ปล่อยให้คนโกงบั่นทอนการพัฒนา

ลักษณะองค์กร:

องค์กรปราบโกง ดำเนินงานในรูปแบบองค์กรอิสระที่คอยสอดส่องความเป็นไปของประเทศ ให้ดำเนินไปอย่างถูกต้องเหมาะสม องค์กรสามารถตรวจสอบและตัดสินการทำงานขององค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนได้ทันที ซึ่งรูปแบบการทำงานจะเป็นองค์กรภาครัฐที่มีแบบจำลองการบริหารแบบเอกชน มีความคล่องตัวในการบริหาร แต่อยู่ภายใต้ผลลัพธ์และตัวชี้วัดขององค์กรภาครัฐ มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประชาชนเป็นใหญ่ ผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย ประธาน และรองประธาน ซึ่งเปรียบเสมือนพ่อแม่ของบ้านหลังหนึ่ง ซึ่งจะทำหน้าที่สนับสนุนวางแผนการดำเนินงานต่างๆ เช่น การวางวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และวางปรัชญาองค์กร

พนักงานองค์กรประกอบด้วย

หัวหน้าประสานงาน ซึ่งเป็นหลักในการประสานงานต่างๆ ด้านการโกง

ผู้ช่วยระดับพื้นที่ ซึ่งจะเป็นผู้รับหน้าที่รับเรื่องร้องทุกข์ และตรวจสอบดูแลระดับพื้นที่ เมื่อชาวบ้านมาร้องเรียนการโกงในพื้นที่ ผู้ช่วยระดับพื้นที่จะไปตรวจสอบที่มาของปัญหา และส่งต่อข้อมูลให้ทีมงานผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องดำเนินการต่อไป ผู้ช่วยระดับพื้นที่จะคัดเลือกคนในพื้นที่หรือคนในท้องถิ่น เพราะจะทราบลักษณะท้องถิ่นและบริบทปัญหา

ทีมงานผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง เป็นกลุ่มทีมงานปราบโกงที่ลงตรวจสอบระดับลึก การเงินการบัญชีภายใน การโกงในรูปแบบไซเบอร์ หรือการโกงผ่านเครือข่ายนานาชาติ เป็นต้น

การบริหารจัดการให้เกิดความสุขในองค์กร:

มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพขององค์กรในมิติผู้รู้ดี ผ่านเครือข่ายระดับโลก เช่น การมีเครือข่ายการทำงานกับองค์กรปราบโกงในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม โดยจะมีการสร้างสาขาย่อยขององค์กรในรูปแบบสัญญา หรือบันทึกข้อตกลงระหว่างประเทศ ร่วมดำเนินการปราบโกงระหว่างประเทศ ซึ่งจะขยายศักยภาพการดูแลที่ไม่จำกัดเฉพาะองค์กรไทย แต่ดูแลครอบคลุมถึงองค์กรระหว่างประเทศที่มีฐานในประเทศไทย การทำงานร่วมกับเครือข่ายระหว่างประเทศ ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางภาษาให้กับพนักงาน การสื่อสารของพนักงานจะต้องได้รับการส่งเสริมมากกว่า 2 ภาษา เช่น จีน อังกฤษ เกาหลี เป็นต้น

ปลูกฝังวิสัยทัศน์ขององค์กรเข้าสู่ฐานคิดของพนักงาน ในส่วนของวินัยที่เป็นพื้นฐานของความซื่อสัตย์ไม่คดโกง ประกอบด้วย 1) มีความตรงต่อเวลา 2) มีความโปร่งใส ระบบบัญชีรายรับรายจ่ายของบริษัททุกอย่างจะโปร่งใส ทุกคนสามารถรับรู้ข้อมูลได้ถึงการใช้จ่ายเงินขององค์กรในทุกละเอียด 3) มีวินัยทางการเงิน ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดค่าน้ำ ค่าไฟ คือเราไม่ต้องมาทำงานที่สำนักงานได้ ประหยัดเงินของรัฐเพื่อเอาเงินส่วนนี้ไปพัฒนาส่วนอื่น

สร้างสมดุลชีวิตกับการทำงาน โดยพนักงานสามารถทำงานที่ใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องทำงานในสำนักงาน แต่พนักงานสามารถทำงานที่ร้านค้าแพ หรือที่บ้าน ช่วยให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงาน

5.6 องค์กร สาธารณ- ประโยชน์: Dog Cafe

รูปที่ 5.7

การนำเสนอผลงานประเภทองค์กร
สาธารณประโยชน์: Dog Cafe

ที่มา: โครงการ Happy University
(2561g) ใน Facebook (Happy
University). [https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_in-
ternal](https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal)



ความต้องการ

ตลาดในอนาคต:

“
องค์กร
ที่ใส่ใจ
ดูแลทั้งคน
และสุนัข
”

ผลิตภัณฑ์:

ร้านอาหาร เบเกอรี่
ที่เป็นคาเฟ่สุนัข เปิดให้
ผู้บริโภคได้มีความสุขกับรส
อาหารถูกปากจากวัตถุดิบ
ปลอดภัย สนุกกับกิจกรรม
เพลิดเพลินกับสุนัขน่ารัก และ
อบอุ่นใจกับการได้ช่วยสร้าง
ชีวิตที่เป็นสุขแก่เพื่อนสุนัข
ร่วมโลก (รูปที่ 5.7)

การทำงานขององค์กรตอบ
โจทย์ความต้องการของสังคม จาก
ปัญหาเรื่องของพิษสุนัขบ้าที่เกิดจาก
หมาจรจัด จำเป็นต้องมีผู้ที่มีใจรักรับ
มาดูแลและก็ปรับเปลี่ยนนิสัยทำการ
รักษา เพื่อลดความเสี่ยงจากโรค
พิษสุนัขบ้าในชุมชน ลดอุบัติเหตุจาก
สุนัขจรจัดกัด และเพิ่มคุณภาพชีวิต
ให้สุนัขจรจัด

ลักษณะองค์กร:

เป็นองค์กรที่องค์กรสาธารณประโยชน์ (Non Governmental Organizations: NGO) ที่ไม่แสวงหาผลกำไร เป็นองค์กรขนาดเล็กที่จะรับสุนัขจรจัดที่อยู่ตามข้างถนน มาดูแล ทำการรักษา ปรับเปลี่ยนนิสัย โดยความร่วมมือขององค์กรที่มีส่วนช่วยในการดูแลสุนัข สถานพยาบาลสัตว์ เมื่อปรับเปลี่ยนนิสัยสุนัขให้สามารถอยู่ร่วมกับคนอื่นได้ ไม่มี ความหวาดระแวง ไม่มีความเครียด ก็จะนำ ออกแสดงและต้อนรับลูกค้าหน้าร้าน เพื่อ แบ่งปันความสุขให้กับลูกค้า และเพิ่มโอกาส ในการรับเลี้ยง

เป้าหมายหลักขององค์กร คือ การช่วยสุนัขจรจัด และลดความเสี่ยงในชุมชน

พันธกิจหลักในการทำงาน คือ การรักษา ดูแล ช่วยเหลือสุนัขจรจัดให้ปรับเปลี่ยนนิสัยให้อยู่ร่วมกับคนอื่นได้ และหาบ้านใหม่ที่อบอุ่นให้สุนัขจรจัด ผ่านร้านค้าเฟสบุ๊ค ที่เปิดให้เจ้าของใหม่ได้พบเจอกับสุนัขตัวโปรดในอนาคต ค้นเคย และเกิดความเมตตาช่วยเหลือ และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ช่องทางต่างๆ

พันธกิจรองในการทำงาน คือ การทำธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่สุนัข ที่ให้บริการอาหาร และเบเกอรี่แก่ลูกค้าผู้รักสุนัข ทั้งนี้แม้การทำอาหารจะเป็นหน้าที่รองของการทำงาน แต่การนำเสนออาหารที่ดีแก่ผู้บริโภค ก็เป็นความใส่ใจหนึ่งที่องค์กรมุ่งมั่นจะทำ โดยนำเสนออาหารที่มีวัตถุดิบปลอดภัยพิชชีที่ส่งตรงจากมือเกษตรกรไทย ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรโดยตรง และร้านอาหารได้รับวัตถุดิบที่ราคา ย่อมเยาจากมือเกษตรกรเอง ซึ่งจะช่วยให้สามารถขายสินค้าที่ราคาไม่แพงมากให้แก่ลูกค้า

การบริหารจัดการ

ให้เกิดความสุขในองค์กร:

ฐานคิดขององค์กรวางอยู่บนหัวใจที่ บริสุทธิ์ และพร้อมที่จะมอบความรักให้กับทุกคน ซึ่งความรักนั้นจะไม่ได้สั่งให้เฉพาะสุนัข และ ลูกค้าย่านคาเฟ่สุนัขเท่านั้น แต่จะถ่มมอบให้กับพนักงานในองค์กรในโครงสร้างที่คล้ายกัน คือ "การดูแล ใส่ใจ ให้ความรัก และอบรมปรับ เปลี่ยนนิสัย" ผ่านกิจกรรมสร้างสุขต่างๆ ดังนี้

ดูแล โดยเฉพาะการดูแลสุขภาพของพนักงาน ผ่านการตรวจสุขภาพประจำปี และมีห้องฟิตเนส มีห้องสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

ใส่ใจ มีการหมุนเวียนพนักงานในการทำงานหน้าที่ต่างๆ รวมถึงช่วงเวลาการทำงานด้วย ซึ่งองค์กรใส่ใจเรื่องการทำงานของพนักงาน ไม่ปล่อยให้พนักงานทำงานหนักและเกิดความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

ให้ความรัก โดยองค์กรจะร่วมกันส่งอุปกรณ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ต่างๆ มอบให้แก่ผู้ประสบภัยในโอกาสต่างๆ

อบรมปรับเปลี่ยนนิสัย ผ่านกิจกรรมจิตวิญญาณดี เช่น นิมนต์พระมาให้พนักงานทำบุญตักบาตรเป็นประจำ

- อ่างอิง -

โครงการ Happy University (2561g) In Facebook (Happy University). สืบค้น 28 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal



unit 6
chapter

6



บทสรุป การเรียนรู้ ที่ได้รับ จากยุทธศาสตร์ สร้างสุข



นักศึกษาที่กำลังจะจบการศึกษาเปรียบเสมือนเมล็ดพันธุ์ที่กำลังเติบโต มีศักยภาพที่จะสร้างคุณประโยชน์ให้กับสังคมภายนอก สามารถขยายถึงถิ่นที่จะแบ่งปันความสุขให้คนรอบข้างในองค์กรได้ หากได้รู้จักแนวคิดการทำงานอย่างมีความสุขในองค์กร ได้มีประสบการณ์ในการเรียนรู้จากองค์กร สร้างสุขต้นแบบ และสามารถสร้างนวัตกรรมที่ช่วยบริหารจัดการให้เกิดความสุขในองค์กรแห่งอนาคต ได้ กลุ่มนักศึกษา 45 คน ทั้งที่เป็นนักศึกษาไทย และนักศึกษานานาชาติ ได้ร่วมกันให้ภาพที่ชัดเจนขององค์กรแห่งความสุขในอนาคต

องค์กรแห่งความสุข ในอนาคตจะเป็นอย่างไร

องค์กรแห่งความสุข ที่ถูกนิยามความหมายโดยยุทธศาสตร์ความสุขยังคงวางอยู่บนฐานความคิดเดิม คือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการกระตุ้น จูงใจ สร้างความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้ทุกคนในองค์กร สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พร้อมปฏิบัติภารกิจขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายได้ เพื่อผลักดันองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยุทธศาสตร์ความสุขได้ให้ภาพที่คมชัดขึ้นขององค์กรแห่งความสุขว่าต้องเป็นองค์กรที่

- 1 รู้จักบริบทและวัฒนธรรม องค์กรของตนเอง และ มีความใส่ใจในความ สุข ความพึงพอใจของคนทำงาน
- 2 ใส่ใจคนทำงานใน 9 มิติ ความสุข มีกิจกรรม ส่งเสริมความสุขในองค์กร ที่ครบถ้วน

นักสร้างสุขในอนาคต จะไม่ใช่คนที่องค์กรคัดเลือกมาเพื่อดำเนินกิจกรรมสร้างสุขให้องค์กรอีกต่อไป แต่ในองค์กรแห่งความสุข “ทุกคน” ต้องทำหน้าที่เป็นนักสร้างสุข โดยแบ่งระดับขั้นของเขตนักสร้างสุขได้ 3 ระดับคือ

ทุกคน หมายถึง คนทำงานในองค์กร ทั้งที่เป็น ลูกจ้าง ชั่วคราว ลูกจ้างประจำ และบุคลากรในองค์กร

ทุกคน หมายถึงบุคลากรในองค์กร ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะคนทำงานแต่หมายรวมถึงผู้บริหารขององค์กรด้วย ได้แก่ ประธานกรรมการบริหาร (CEO) ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง และพนักงานทุกระดับขั้น

ทุกคน หมายถึงทุกคนในสังคมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ผู้บริหารองค์กร หัวหน้างาน พนักงานทุกระดับขั้น รวมถึงลูกค้า และ ชุมชน สังคมแวดล้อมองค์กร



แบบจำลององค์กรแห่งความสุขทั้ง 6 ประเภทขององค์กร บอกอะไรเราได้บ้าง



แบบจำลององค์กรแห่งความสุขทั้ง 6 ประเภทขององค์กร ประกอบด้วย

- 1 **องค์กรเอกชน: Meal, Ready-to-Eat**
องค์กรที่มุ่งเน้น “จัดบ้านให้เป็นที่ทำงาน และปรับที่ทำงานให้เหมือนบ้าน”
- 2 **องค์กรรัฐวิสาหกิจ: High Speed Rail**
“ความสุขในสังคมส่วนรวม คือความสุขของเรา”
- 3 **องค์กรระหว่างประเทศ: Anti-war Movement**
“ให้ความสุขของชาวโลกเป็นหน่วยนับของผลประกอบการองค์กร”
- 4 **องค์กรการศึกษา: School of the Future**
“สร้างเสริมความรู้ให้นักเรียน ควบคู่ไปกับการอุ้มชูชุมชนและสังคม”
- 5 **องค์กรภาครัฐ: Suppress Cheat**
“ปลุกฝังความถูกต้องให้หยั่งรากลึกในใจของทุกคนในองค์กร”
- 6 **องค์กรสาธารณประโยชน์: Dog Cafe**
“องค์กรที่ใส่ใจดูแลทั้งคนและสุนัข”

รูปที่ 6.1 ที่มา: โครงการ Happy University (2561h) กิจกรรม การออกแบบจำลององค์กรแห่งความสุขของยุทธศาสตร์สุข

ที่มา: โครงการ Happy University (2561h) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref-page_internal



องค์กรแห่งความสุขทั้ง 6 ประเภทองค์กรถูกออกแบบด้วยความใส่ใจโดยกลุ่มยุทธศาสตร์สุข (รูปที่ 6.1) ซึ่งสะท้อนภาพองค์กรที่คนทำงานรุ่นใหม่ต้องการได้ระดับหนึ่ง แม้ว่าหลายองค์ประกอบขององค์กรยังคงคล้ายกับภาพฝัน แต่ภาพขององค์กรสะท้อนทัศนคติ ความคิดเห็น และวิถีทัศน์ของน้อง ๆ ยุทธศาสตร์สุข ซึ่งเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความต้องการที่ฝังอยู่ในจิตใจของคนทำงานในอนาคตได้ถูกถ่ายทอดผ่านการระดมสมองเพื่อร่วมสร้างองค์กรแห่งอนาคตร่วมกับกลุ่มเพื่อนต่างสถาบันในวัยเดียวกัน และบ่งบอกถึงองค์ประกอบหลักขององค์กรในอนาคตที่จำเป็นต้องมี ดังนี้

● ความยืดหยุ่นและอิสระในการทำงาน

คนทำงานรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับชีวิตส่วนตัว ต้องการความสมดุลในชีวิตและการทำงาน (Martin, 2005) การทำงานหนักที่จำเจซ้ำซาก ขาดความท้าทาย และขังตนเองไว้ในสำนักงานเป็นเวลายาวนานไม่ใช่คำตอบของชีวิตองค์กรที่มอบหมายงานประจำที่คนรุ่นใหม่ต้องอยู่ในสำนักงานตั้งแต่เข้าจนมีดี และงานขาดความท้าทาย มักไม่สามารถดึงดูดคนทำงานรุ่นใหม่ให้อยู่กับองค์กรได้ การทำงานซ้ำซากจำเจเป็นช่วงเวลาที่ยาวนานเป็นกับดักความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ที่จะปิดกั้นแรงบันดาลใจในการทำงาน และการพัฒนาศักยภาพของคนทำงาน ซึ่งยุทธศาสตร์สุขเข้าใจในข้อจำกัดเหล่านี้ดี จึงออกแบบองค์กรให้มีความยืดหยุ่นและสร้างระบบการทำงานที่ให้อิสระแก่คนทำงาน

● การยอมรับความหลากหลายในองค์กร ยอมรับความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล

โลกที่คนรุ่นใหม่เติบโตมา เป็นโลกที่เปิดรับความหลากหลายของความเป็นตัวตนมนุษย์มากกว่าสังคมมนุษย์ในอดีต ในช่วงที่เขาเติบโตคนเพศเดียวกันแต่งงานกันได้ ประชากรชายขอบสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำประเทศได้ เด็กอายุต่ำกว่าสิบขวบที่อัจฉริยะรับปริญญาพร้อมกับรุ่นพี่ในมหาวิทยาลัยได้ ผู้หญิงเป็นได้ทั้งแม่และพ่อให้แก่ลูกของตนเองได้ ทั้งนี้ การเคลื่อนไหวเรียกร้องสิทธิของคนกลุ่มต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวของคนรุ่นใหม่ สร้างภาพที่ชัดเจนของความหลากหลายของมนุษย์ ทั้งเพศ เชื้อชาติ สถานะ ความคิดเห็น และบทบาทในความเป็นมนุษย์ ทุกคนมีสิทธิที่จะแตกต่าง และความแตกต่างของคนเป็นเรื่องธรรมดาที่สังคมต้องยอมรับ (Carrington, et. al., 2015)

องค์กรที่มุ่งหวังจะจัดความหลากหลายในองค์กร ไม่ใช่แนวทางที่คนรุ่นใหม่ต้องการ เพราะเขาอยากปรับได้ในความแตกต่างของเพื่อนร่วมงาน และคาดหวังว่าองค์กรก็จะยอมรับในความแตกต่างที่เขามีในฐานะบุคลากรคนหนึ่งขององค์กรด้วยเช่นกัน กิจกรรมสร้างเสริมความสุขขององค์กร ก็ควรเปิดช่องกิจกรรมเพื่อรองรับความหลากหลายเหล่านี้เข้าไว้ด้วย การสร้างกิจกรรมที่คนทุกคนต้องทำสิ่งที่เหมือนกัน หรือต้องชอบเหมือนกัน จะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้อีกต่อไป

● การพัฒนาทางเทคโนโลยีต้องอยู่ควบคู่กับองค์กร

ในสายตาของคนรุ่นใหม่ อินเทอร์เน็ตไม่ใช่เทคโนโลยีใหม่ การพบหน้าคนรักที่อยู่ไกลโดยไม่ต้องนั่งสมาธิไม่ใช่พรอันประเสริฐจากฟ้า แต่เป็นวิวัฒนาการที่บริษัทผลิตโทรศัพท์มือถือมอบให้ หรือการถือหนังสือหลายเล่มไปเข้าเรียนเริ่มถูกมองเป็นพฤติกรรมที่แปลกใหม่ของเพื่อนร่วมชั้น ภาพเหล่านี้ตอกย้ำความเป็นชนเผ่าดิจิทัลของคนรุ่นใหม่ ที่เติบโตมาพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Network) เป็นกิจกรรมหลักที่คนรุ่นใหม่กระทำทุกวัน การดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่เกิดขึ้นควบคู่กับการใช้อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ (Bennett, Maton, & Kevin, 2008) ดังนั้น องค์กรจึงต้องพร้อมสนับสนุนเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้กับคนทำงาน เพื่อให้เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานให้สร้างผลผลิตที่ดีให้กับองค์กร

● องค์การไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือเล็ก ต้องมีหน่วยวิจัย

คนรุ่นใหม่เติบโตมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ไม่มีอะไรแน่นอน ปลอดภัย และอยู่ยั่งยืนได้ วิถีพิเศษธุรกิจ และการล่มสลายขององค์กรใหญ่ระดับโลกในช่วงเวลาที่ผ่านมา บั่นแ่่งทัศนคติของการระแวดระวังรอบคอบให้แก่คนทำงานรุ่นใหม่ เมื่อโลกเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา องค์กรจึงต้องเคลื่อนไหวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น หน่วยวิจัยเป็นการสร้างความพร้อมที่ช่วยให้องค์กรเติบโตภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ การวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องขององค์กรจึงเป็นองค์ประกอบที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ

● ความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องถูกวางเป็นพันธกิจพื้นฐานขององค์กร

สำหรับคนรุ่นใหม่ ความร่ำรวย มั่งคั่ง หรือความมีชื่อเสียงยิ่งใหญ่มากเกินไปเป้าหมายของการดำเนินชีวิต คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญของความมีตัวตนของตนเองมากกว่าเงินและชื่อเสียง (Ng, Schweitzer, & Lyons, 2010) ปัญหาความขัดแย้งและมลภาวะที่เกิดขึ้นในยุคที่เขาเติบโต สร้างจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมในตัวคนรุ่นใหม่และความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ ก็ได้กลายเป็นเป้าหมายหนึ่งในการดำเนินชีวิตและสร้างความเป็นตัวตนของเขา

องค์กรที่มีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่มุ่งสู่การสร้างสังคมที่ดี เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญให้คนรุ่นใหม่สนใจทำงาน และคงอยู่ในองค์กร เพราะการทำงานให้องค์กรเหล่านั้นจะไม่เป็นเพียงการทำงานเพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตของเขาเท่านั้น แต่สร้างความมีตัวตนของเขาให้เด่นชัดขึ้นด้วย

แม้อนาคตจะเป็นสิ่งที่เราไม่รู้ แต่การเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที้องค์กรต้องทำ โดยเฉพาะการเตรียมพร้อมรับมือกับคนทำงานรุ่นใหม่ที่กำลังจะก้าวเข้ามาร่วมขับเคลื่อนองค์กร

อ้างอิง

โครงการ Happy University (2561) In Facebook (Happy University). สืบค้น 30 พฤษภาคม 2562 จาก ที่มา: โครงการ Happy University (2561b) ใน Facebook (Happy University). https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of educational technology*, 39(5), 775-786.

Carrington, V., Rowsell, J., Priyadarshini, E., & Westrup, R. (Eds.). (2015). *Generation Z: Zombies, Popular Culture and Educating Youth*. Springer.

Martin, C. A. (2005). From high maintenance to high productivity: What managers need to know about Generation Y. *Industrial and commercial training*, 37(1), 39-44.

Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A eld study of the millennial generation. *Journal of business and psychology*, 25(2), 281-292.

จรัพร ให้อายอง, ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต, และ มะลิวัลย์ ชันเล็ก. งานครอบครัว สังคม: สมดุลชีวิตกับการทำงานที่มากกว่าการจัดสรรเวลาของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิต. *วารสารวิศวกรรมสาร มท.*, 30(100), 87-102.

โครงการนวัตกรรมจัดการสร้างสุข: บูรณาการมหาวิทยาลัยแห่งความสุขสู่องค์กรสุขภาพแห่งประเทศไทย (2557) วิดีโอชุดที่ 1: What is HAPPINOMETER? (สื่อวีดิโอ).

โครงการ Happy University (2561a) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=198161389523319&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561b) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/photo.php?fbid=1982735325119176&id=632819523444103&set=a.1982732391786136&source=54&red=13&ref=page_internal&_ft_n_=%2B%3E

โครงการ Happy University (2561c) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561d) In Facebook (Happy University). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982782815114427&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561e) In Facebook (Happy University). สืบค้น 24 มิถุนายน 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1982755905117118&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561f) In Facebook (Happy University). สืบค้น 25 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987578731301502&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561g) In Facebook (Happy University). สืบค้น 28 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987625751296800&ref=page_internal

โครงการ Happy University (2561h) In Facebook (Happy University). สืบค้น 30 พฤษภาคม 2562 จาก https://m.facebook.com/happyuniversity/photos/?tab=album&album_id=1987577371301638&ref=page_internal

ชาภูมิวิทย์ วสันต์ธนรัตน์ (2551). *ความสุข 8 ประการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ผู้จัดการออนไลน์ (16 มีนาคม 2558). สสส.จับมือ 8 มหาวิทยาลัยสุขภาพฯ ใช้ Hapinometer ประเมินวัดความสุขของคนในชาติ. ผู้จัดการออนไลน์: สังคมสุขภาพดี. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/goodhealth/detail/9580000030653>

แผนงานสุขภาพองค์กรภาคเอกชน. (2552). *คู่มือการสร้างองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ศศิธร เจริญศักดิ์ (กันยายน 2561). *การอบรมเชิงปฏิบัติการ "Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management"* โปสเตอร์นำเสนอใน การอบรมเชิงปฏิบัติการ "Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management" โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ กรุงเทพฯ

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2560). รายงานผลการศึกษามอบสัมปญณ์ "โครงการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการการส่งเสริมผลิตภาพและสุขภาพองค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ประจำปี 2560. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2561). *ผลการสำรวจความผูกพันทำงาน (ในองค์กร) ระดับประเทศ พ.ศ. 2561 (ไตรมาส 1) (เดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2561)*. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2018). *ศูนย์ข้อมูล สสส.: Happy Workplace มาสร้างองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2561 จาก <http://resource.thaihealth.or.th/media>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)*. กรุงเทพฯ: อิมริเทรพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สำนักศูนย์เรียนรู้สุขภาพฯ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2017). *ก้าวสู่องค์กรแห่งความสุขในยุค 4.0*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ .

สุภรต์ จรัสสิทธ์ (กันยายน 2561). *แผนที่ความคิดของยุทธศาสตร์สร้างสุข: What Why How การสร้างเสริมความสุข*. โปสเตอร์นำเสนอใน การอบรมเชิงปฏิบัติการ "Young Happiness Agents: Creating Happiness World Through Human Resource Management" โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ กรุงเทพฯ

Bassiouni, D. H., & Hackley, C. (2014). 'Generation Z children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2), 113-133.

Bennett, S., Maton, K., & Kevin, L. (2008). The "digital natives" debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.

Burton, J. (2010). *WHO healthy workplace framework and model*. Geneva, Switzerland: World Health Organization. Cameron, K., & Dutton, J. (Eds.). (2003). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. Michigan: Berrett-Koehler Publishers.

Carrington, V., Rowsell, J., Priyadarshini, E., & Westrup, R. (Eds.). (2015). *Generation Z: Zombies, Popular Culture and Educating Youth*. Singapore : Springer.

Choi Dong-kyu. (2011). *Human Centered Productivity*. Seoul: Productivity Center of the Republic of Korea.

Davis, L. E. (1977). Enhancing the quality of working life: Developments in the United States. *International Labor Review.*, 116(1), 53-65.

D'Netto, B., & Ahmed, E. (2012). Generation Y: Human resource management implications. *Journal of Business and Policy Research*, 1(1), 1-9.

Dewhurst, M., Guthridge, M., & Mohr, E. (2009). Motivating people: Getting beyond money. *McKinsey Quarterly*, 1(4), 12-15.

National Academy of Engineering (2004) *The Engineer of 2020: Visions of Engineering in the New Century*. Washington DC: The National Academies.

Eisner, S. P. (2005). Managing generation Y. *SAM Advanced Management Journal*, 70(4), 4-15.

Guest, D. E. (2002). Perspectives on the study of work-life balance. *Social Science Information*, 41(2): 255-279

Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.

Kens, C. D. (2008). Putting performance and happiness together in the workplace. *Graziadio Business Review*, 11(1). Malibu, CA: Pepperdine University.

Kohli, A. (2018). What Employees Really Want at Work? *Forbes Leadership*. Retrieve on 28 July 2018 from <https://www.forbes.com/sites/alankohli/2018/07/10/what-employees-really-want-at-work/>

Martin, C. A. (2005). From high maintenance to high productivity: What managers need to know about Generation Y. *Industrial and Commercial Training*, 37(1), 39-44.

Meier, J., & Crocker, M. (2010). Generation Y in the workforce: Managerial challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 6(1), 68-78.

Nagy, .. & Kicsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or Science. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115.

Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A eld study of the millennial generation. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 281-292.

Pulevska-Ivanovska, L., Postolov, K., Janeska-Iliev, A., & Magdinceva Sopova, M. (2017). Establishing balance between professional and private life of generation Z. *Research in Physical Education, Sport and Health*, 6(1), 3-10.

Rupp, D. E. (2011). An employee-centered model of organizational justice and social responsibility. *Organizational Psychology Review*, 1(1), 72-94.

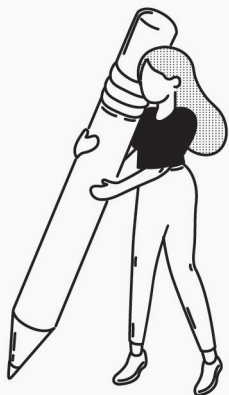
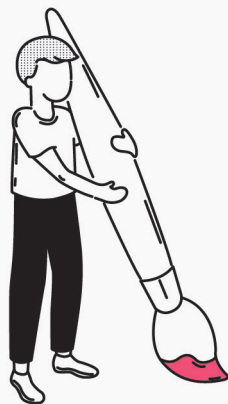
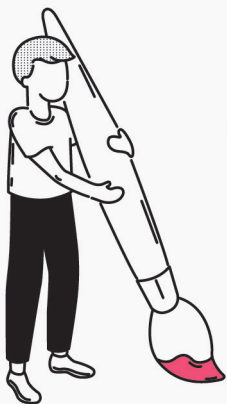
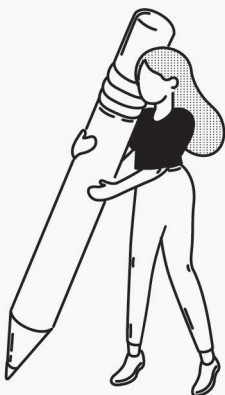
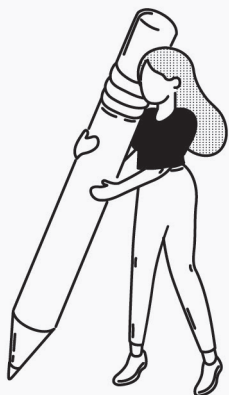
Strauss, W., & Howe, N. (1991). Generations: *The history of America's future*, 1584 to 2069. William Morrow & Co.

Torocsik, M., Szucs, K., & Kehl, D. (2014). How generations think: research on generation z. *Acta universitatis Sapientiae, communicatio*, 1(1), 23-45.

Zink, K. J. (2008). *Corporate sustainability as a challenge for comprehensive management*. Heidelberg, Germany: Physica-Verlag.

- ดัชนี -

ก	น	ย
กิจกรรม สร้างเสริม ความสุข 8, 18, 23-24, 50	นักสร้างสุข 3-4, 29-30, 33, 47	ยุทธศาสตร์สร้างสุข 6, 8, 10, 17, 26-27, 29-30, 32-33, 47-49
การเงินดี 15, 26	น้ำใจดี 15, 26	
การทำงานดี 16-17, 26	ป	ร
	ประสิทธิภาพ 4, 12-14, 19-20, 26, 31, 37, 40, 47	แรงบันดาลใจ ในการทำงาน 3, 49,
ค	พ	ส
คนเป็น ศูนย์กลาง 6, 10-12	ผลิตภาพ 11-12, 14, 17-18, 35, 52	สังคมดี 6, 12, 16, 26, 41
ครอบครัวดี 16, 26	ผ่อนคลายดี 15, 26	สุขภาพกายดี 15
ความสุข 8 ประการ 13-14, 24-25, 52	ฝ	อ
จิตวิญญาณดี 15, 26, 46	ใฝ่รู้ดี 15, 26, 43	องค์กรสุขภาวะ: 6, 8, 11, 13, 16-17, 25, 27
G	Generation	องค์กร แห่งความสุข
Generation Y 1, 5, 51	Generation Z 1-3, 5, 51	6-8, 12-14, 17, 24-27, 29-30, 33, 47-49, 52
H	Happy Brain	Happy Relax
Happy 8 14, 16-17, 23, 26-27, 35	Happy Family 28	Happy Society 28
Happy 8 Plus 16-17, 26-27, 35	Happy Heart 28	Happy Soul 28
Happy Body 28	Happy Money 28	Happy Worklife 28

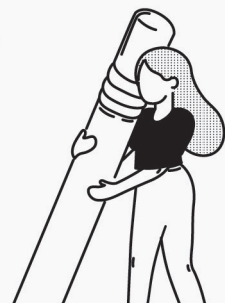
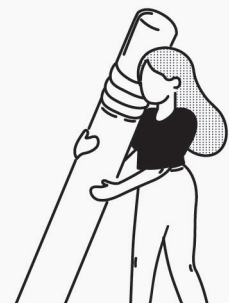


ยุคทอง สร้างสุข

เมื่อเด็กรุ่นใหม่
วาดภาพ
องค์กรแห่งความสุข

ผศ. ดร.จรัมพร ให้อายอง

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
มหาวิทยาลัยมหิดล





**สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
มหาวิทยาลัยมหิดล**

999 ถนนพุทธมณฑล สาย 4
ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล
จังหวัดนครปฐม 73170

E MAIL
happinometer@gmail.com

WEBSITE
www.happinometer.com

FACEBOOK
[happyuniversity](https://www.facebook.com/happyuniversity)