

การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อการตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กร The Satisfaction Evaluating of Happy Workplace Index (HWI) Media

อัจศรา ประเสริฐสิน^{*} ดวงเนตร ธรรมกุล^{**} ขวัญเมือง แก้วดำเกิง^{***} ภัทราวดี มากมี^{****}

Ujsara Prasertsin, Doungnetre Thummakul, Kwanmuang Kaeodumkoeng, Pattrawadee Makmee

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อการตรวจสอบสุขภาวะองค์กร และประเมินความพึงพอใจต่อการใช้สื่อให้เกิดการยอมรับ ตามแนวคิดการตรวจสอบสุขภาวะองค์กร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน และผู้ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น CEO, HR หรือหัวหน้างาน จำนวน 27 องค์กร องค์กรละ 2 คน รวม 54 คน พบว่า (1) สื่อมัลติมีเดีย VTR (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.36, ค่าเฉลี่ย HR = 3.79) เห็นลำดับขั้นตอนของการนำเสนอ มีความหลากหลายและนำไปสู่ตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติ เผยแพร่ได้ไวและกระตุ้นได้ดี มีข้อความสื่อที่ชัดเจน เนื้อหาครบถ้วน (2) คู่มือตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กร ทั้งฉบับภาษาไทย (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.35, ค่าเฉลี่ย HR = 3.81) และฉบับภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.17) ใช้งานง่าย สะดวกเห็นเป็นรูปธรรม เข้าถึงได้ง่าย สะดวก ใช้งานง่าย ไม่จำกัดสถานที่ แต่ไม่สามารถแปลผลได้ทันที ต้องให้ข้อมูลหรืออธิบายจำนวนผู้ใช้งานภาษาอังกฤษยังมีน้อย ควรมีการทดลองใช้เพื่อประเมินปัญหาที่อาจพบได้ ซึ่งควร online เช่นเดียวกับภาคภาษาไทย (3) โปรแกรมการตรวจสอบสุขภาวะองค์กร (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.51, ค่าเฉลี่ย HR = 3.75) เผยแพร่ได้ไวและกระตุ้นได้ดี มีการทดลองใช้หลายครั้ง เห็นคะแนนของความสุขขององค์กรที่ชัดเจนแต่ยังต้องการคำอธิบายสำหรับผู้เริ่มต้นใช้ เข้าถึงยากในอุตสาหกรรมที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ SME โดยสรุปนับว่าเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาองค์กร เป็นการพัฒนาสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สื่อสามารถดึงดูดความสนใจ แต่ด้านที่ต้องการการพัฒนาต่อไป คือ การพัฒนาสื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร รวมถึงการนำสื่อไปเผยแพร่ให้ทั่วถึง กว้างขวาง เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้สื่อ

คำสำคัญ การวิจัยและพัฒนา สื่อ สุขภาวะระดับองค์กร

Abstract

This research aimed to study the evaluation the Happy Workplace Index (HWI) media according to Company Happiness Check Approach. The questionnaire checklist 1-5 and interviews techniques with 7 specialists were applied to the evaluation procedure. Descriptive as Mean and content analysis were performed by concept in 4 issues of Evaluation standards (Stufebeam, 1981); Utility standards (U), Feasibility standards (F), Propriety standards (P), Accuracy standards (A) and the other issues such as the color,

^{*}อาจารย์ประจำ สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

^{**}พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี

^{***}อาจารย์ประจำ ภาควิชาสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

^{****}อาจารย์ประจำวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

graphic, interesting and impression (O). The research results reports were as followed. **Media 1 VTR** – U = 4.47, F = 4.33, P = 4.13, A = 4.07, O = 4.80 and All = 4.36. **Media 2 Company Happiness Check Manual (Thai version)** – U = 4.47, F = 4.27, P = 4.53, A = 4.60, O = 3.87 and All = 4.35. **Media 3 Company Happiness Check Manual (English version)** – U = 4.27, F = 4.07, P = 4.33, A = 4.53, O = 3.67 and All = 4.17. **Media 4 Company Happiness Check Program** – U = 4.53, F = 4.53, P = 4.60, A = 4.47, O = 4.40 and All = 4.51. From the mean above could interpret in 5 levels followed; 1-1.80 = lowest, 1.81-2.60 = low, 2.61-3.40 = medium, 3.41-4.20 = high, 4.21-5.00 = highest. Almost of evaluation result got the highest level excepted the propriety standards and accuracy standards of media 1, other issues of media 2, and feasibility standards, other issues and all of media 3 got high level. In the viewpoint of strength, media 1 had diversity of good practiced in organization, media 2 easy accessing and comfortable, media 3 easy accessing a worldwide, and media 4 easy accessing and clearing. On the other hand, the weakness of media 1 should have many examples of the organization used to use the HWI program, media 2 had to waste time for interpretation, media 3 had only some organization would like to use English version, and media 4 difficult for some organization don't use internet such as SME. Research results can be applied to develop Happy Workplace Index media in future research using other types of methodology such as the mixed-method evaluation by using questionnaire and in-depth interview with the human resource staff in organization.

Keyword: Research and Development, Happy Workplace Index, media, satisfaction

บทนำ

ศูนย์สร้างเสริมสุขภาวะในองค์กร (Happy Workplace) ภายใต้สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีบทบาทในการพัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาเครือข่าย และพัฒนานโยบายสาธารณะ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังสุขภาวะของบุคลากร ครอบครัว สังคม และชุมชนที่เกี่ยวข้องให้มีสุขภาวะที่ดีขึ้น นอกจากนี้ศูนย์สร้างเสริมสุขภาวะในองค์กร มีการพัฒนาดัชนีตรวจสอบสุขภาวะองค์กรอย่างเป็นระบบ โดยมีการเผยแพร่องค์ความรู้ในการพัฒนาสุขภาวะในองค์กรให้แก่องค์กรต่างๆ ทั้งภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการในภาพรวม รวมทั้งพัฒนาให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อรองรับการเติบโต และการขยายตัวในการทำงานของกลุ่มองค์กรที่สนใจเข้าร่วมโครงการในอนาคต โดยมีองค์กรต้นแบบสร้างเสริมสุขภาวะในองค์กรช่วยแนะนำและให้แนวทางในการพัฒนาสุขภาวะในองค์กรประเภทเดียวกัน

การพัฒนาสุขภาวะในองค์กรที่ผ่านมา พบว่า สมดุลแห่งความสุขในองค์กรเกิดขึ้นด้วยดัชนีการพัฒนา 5 มิติ ประกอบด้วย (1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (2) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศการสร้างเสริมสุขภาพ (3) กระบวนการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพในองค์กร (4) สุขภาพกายและสุขภาพใจ และ (5) ผลลัพธ์องค์กร (ขวัญเมือง แก้วดำเกิง, ดวงเนตร ธรรมกุล, สิริธร ลินจินดาวงศ์, ภัทราวดี มากมี, ชุติมา สืบวงศ์ลี และอัจฉรา ประเสริฐสิน, 2553) กล่าวว่า ดัชนีเหล่านี้สะท้อนสภาพและปัจจัยการดำเนินงานที่เชื่อมโยงต่อการสร้างความสุขให้เกิดขึ้นอย่างสมดุลและยั่งยืนในองค์กร อาทิ นโยบายสร้างสุข ผู้บริหารเป็นต้นแบบการสร้างสุขในองค์กร บรรยากาศในที่ทำงานส่งเสริมความสุขของพนักงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม องค์กรสุขภาวะจะสัมฤทธิ์ผลได้ ก็ต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากรทุกคนในองค์กร ดังนั้น หากมีการเผยแพร่และสร้างการยอมรับแนวคิดการตรวจสอบสุขภาวะให้นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใช้เป็นแนวทางสร้างสุขในองค์กร ย่อมจะทำให้สัมฤทธิ์ผลที่มุ่งหวังให้เกิดองค์กรสุขภาวะไม่ไกลเกินฝัน ดังนั้น ศูนย์สร้างเสริมสุขภาวะองค์กรภายใต้สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จึงเล็งเห็นความจำเป็นในการพัฒนาสื่อการตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กรตามแนวคิดองค์กรสุขภาวะเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับการขยายตัวและการเติบโตในการพัฒนาองค์กรสุขภาวะเพื่อใช้สนับสนุนการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย จึงได้

สนับสนุนให้มีการดำเนินการวิจัยประเมินความพึงพอใจต่อสื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กร สำหรับการเผยแพร่ขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อการตรวจสอบสุขภาพขององค์กร
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการใช้สื่อให้เกิดการยอมรับตามแนวคิดการตรวจสอบสุขภาพขององค์กร

เอกสารและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ความหมายขององค์กรสุขภาพ เป็นองค์กรที่สามารถบรรลุถึงพันธกิจที่ตั้งไว้พร้อมๆ กับการมีความสามารถในการเติบโตและพัฒนาบุคลากรในองค์กรไปพร้อมๆ กัน (Dive, 2004) องค์กรที่มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อประโยชน์ต่อสุขภาพของพนักงาน และผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น (Lowe, 2004) องค์กรที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดี พนักงานมีจุดมุ่งหมายร่วมกับองค์กรมุ่งเน้นการปรับกระบวนการทำงานใหม่และมีแนวทางการปฏิบัติงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน (Smet, Loch, & Schaninger, 2007) ส่วน Lowe (2004) ได้เปรียบเทียบความหมายที่แตกต่างของคำ “healthy workplace” กับ “healthy organization” ว่า สุขภาวะในสถานที่ทำงาน เน้นทางด้านร่างกาย ความผาสุกทางด้านจิตใจของพนักงานมากกว่า ในขณะที่องค์กรสุขภาพจะ เน้นความผาสุก และสุขภาวะของพนักงานร่วมไปกับการจัดการองค์กรให้ประสบผลสัมฤทธิ์ตามยุทธศาสตร์และเป้าหมาย

องค์การอนามัยโลกให้ความหมายของคำ healthy workplace ว่า เป็นความร่วมมือของพนักงานและผู้จัดการในการใช้กระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ ความปลอดภัย และความผาสุกของพนักงาน และความยั่งยืนของสถานประกอบการ โดยการพิจารณาบนพื้นฐานของการระบุความต้องการจำเป็นในด้านต่างๆ (Burton, 2010) กรอบความเป็นเลิศสำหรับสุขภาวะในที่ทำงาน (Excellence Framework for Healthy Workplace) จากการศึกษาสุขภาวะในที่ทำงาน พบว่าประเทศต่างๆ ได้มีการพัฒนาแนวคิดและวิธีปฏิบัติในแนวทางที่คล้ายคลึงกัน (Corbett, 2004)

รายการตรวจสอบสุขภาพขององค์กรเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เผยแพร่ เพื่อใช้ในการตรวจสอบการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ การสร้างเสริมสุขภาพขององค์กร

มีขั้นตอนหลัก 4 ขั้นตอน คือ (1) การพัฒนานโยบายและวัฒนธรรมองค์กร (Policy and culture) (2) การจัดองค์กรและโครงสร้าง (Organization and structure) (3) กลยุทธ์และการดำเนินงาน (Strategies and implementation) และ (4) การประเมินและผลลัพธ์ (Result and evaluation) (Muylaert, Beeck, & Broek, 2007)

การศึกษาถึงการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการริเริ่มการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน โดยออกแบบการวิจัยเป็นการศึกษาภาคตัดขวางด้วยการสำรวจ 30 องค์กรในประเทศไทยได้หวั่น เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จำแนกดัชนีเป็น 5 ดัชนีหลัก หรือมิติ โดยประกอบด้วย 51 ดัชนีย่อย ดังนี้ 1) มิตินโยบายสุขภาพในที่ทำงาน 2) มิติดัชนีสุขภาพเฉพาะบุคคล 3) มิติด้านที่ทำงานที่สนับสนุนสุขภาพ 4) มิติด้านกิจกรรม และการบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน และ 5) ด้านประสิทธิผลของการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน (Engbers, van Poppel, Paw, & van Mechelen, 2005) ด้านอัตราการเกิดอุบัติเหตุหรือเสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงาน จัดเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงสภาวะจากการทำงานในสถานประกอบการ ซึ่งเชื่อมโยงไปยังการที่พนักงานลางานอันเนื่องจากความเจ็บป่วยจากการทำงาน นอกจากนี้ในส่วนของการใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสามารถสะท้อนถึงสุขภาพและความเจ็บป่วยของพนักงานได้เป็นอย่างดี (Baranski, 2002; Burton, 2010) สำหรับบทบาทขององค์กร หากมีโครงการ/แผนงานเพื่อการสนับสนุน ส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ จะบ่งบอกถึงความใส่ใจขององค์กรต่อสุขภาพกายและใจของพนักงานภายในองค์กร (Goldgruber, & Ahrens, 2010) ด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เป็นคุณลักษณะทุกประการของตัวงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งพนักงานได้รับเป็นรางวัลและเกิดความพึงพอใจ หรืออาจไม่ได้รับและเกิดเป็นความไม่พึงพอใจขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นการขยายความของคน ซึ่งชอบหรือไม่ชอบงานของเขา รวมทั้งเงื่อนไขในการทำงานที่อยู่ในตัวงาน (Churchill, Ford, & Walker, 1974; Lent, 2008) นอกจากนี้พบว่าความเหนื่อยล้าทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรและแนวโน้มการลาออกจากงาน (Rutherford, Boles, Hamwi, Madupalli & Rutherford, 2009)

ปัจจุบัน จะเห็นได้ว่านวัตกรรมในชีวิตประจำวันของคนเราเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ ก็เพราะวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ซึ่งมีผลทำให้เศรษฐกิจและสังคมเจริญตามไปด้วย จากผลการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ เหล่านี้ ทำให้คนต้องการรับสิ่งใหม่ๆ จากการรับนวัตกรรมข้ามกลุ่มและประเทศอยู่เสมอ Gopalakrishnan และ Damanpour (1994) ได้อธิบายว่างานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการนวัตกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ งานวิจัยกลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับการ “เผยแพร่” มีแนวคิดที่ว่า นวัตกรรม เป็นการแพร่กระจายความคิดกระบวนการ และการปฏิบัติ ระหว่างสมาชิกในระบบสังคมทั้งในระดับบุคคลและระดับหน่วยงาน และงานวิจัยกลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับ “กระบวนการของนวัตกรรม” มักจะศึกษาในระดับหน่วยงาน นักวิจัยในกลุ่มนี้มีแนวคิดแตกออกเป็น 2 กลุ่มย่อย กลุ่มหนึ่งจะสนใจ “กระบวนการสร้างนวัตกรรม” ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งจะสนใจ “กระบวนการยอมรับนวัตกรรม”

ต่อมา Rogers (1995; 2004) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการเผยแพร่วัตกรรม (Diffusion of innovation) เป็นกระบวนการที่นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆ มีการแพร่กระจายภายในสมาชิกในสังคมผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยเริ่มจากผู้สร้างนวัตกรรมสู่ผู้รับข้อมูลเกิดการตัดสินใจและยอมรับการนำนวัตกรรมไปปรับใช้ Rogers (2003 cited in Sahin, 2006) ได้แบ่งระดับต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมทั้ง 5 ชั้น ได้แก่ ชั้นตระหนัก (Knowledge Stage) ชั้นสนใจ (Persuasion stage) ชั้นประเมินผล (Decision Stage) ชั้นทดลองปฏิบัติ (Implementation stage) ชั้นการปรับใช้ (Conrmation stage) จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การยอมรับนวัตกรรมมีตัวแปรที่สำคัญ 2 ประการที่จะทำให้เกิดการยอมรับหรือปฏิเสธ รวมถึงการยอมรับช้าหรือยอมรับเร็ว

คือ 1) นวัตกรรม และ 2) ตัวบุคคล โดยบุคคลจะใช้ค่านิยมความเชื่อ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ฯลฯ ของตนเองในการพิจารณาตัดสินใจ โดยใช้คุณสมบัติของนวัตกรรมเป็นเกณฑ์ตามที่บุคคลนั้นๆ ต้องการ

วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้วิจัยนำสื่อไปใช้กับตัวแทนที่มาจากองค์กรที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “เสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขด้วย MapHR” รุ่นที่ 1 ระหว่างวันที่ 24-25 เมษายน 2555 ณ คันทอมมโกล อ.บางเลน จ.นครปฐม ซึ่งมีผู้เข้าร่วมเป็น CEO/HR/หัวหน้างาน จำนวน 27 องค์กร องค์กร ละ 2 คน รวม 54 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความเข้าใจ และการยอมรับในการใช้สื่อตามแนวคิดการตรวจสอบสภาวะองค์กร ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตามนิยามเชิงปฏิบัติการที่กำหนด ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา เสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ แล้วนำมาปรับปรุง จนเป็นที่เข้าใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร และสรุปความจากคำถามปลายเปิด ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายของแบบสอบถาม ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเข้าใจและการยอมรับในการใช้สื่อ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การประเมินการเผยแพร่การใช้สื่อ ให้เกิดการยอมรับ ตามแนวคิดการตรวจสอบสภาวะองค์กร ผู้วิจัยนำสื่อไปใช้กับองค์กรที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “เสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขด้วย MapHR” รุ่นที่ 1 ระหว่างวันที่ 24-25 เมษายน 2555 ณ คันทอมมโกล อ.บางเลน จ.นครปฐม ซึ่งมีผู้เข้าร่วมเป็น CEO/HR/หัวหน้างาน จำนวน

27 องค์กร องค์กร ละ 2 คน รวม 54 คน ซึ่งสื่อที่นำไปใช้ประกอบด้วยสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมัลติมีเดีย VTR คู่มือตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กร (ภาษาไทย) และโปรแกรมการตรวจสอบสุขภาวะองค์กร สำหรับคู่มือตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กร (ภาษาอังกฤษ) เนื่องจากยังอยู่ในระหว่างการพัฒนาและในการอบรมครั้งนี้ ยังไม่มีองค์กรที่จะใช้สื่อนี้ จึงไม่ได้นำมาใช้ในการประเมินกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นองค์กรประเภทภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการเท่าๆ กัน ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดกลาง มีความรู้ความเข้าใจในการ “ตรวจสอบสุขภาวะองค์กร” และความพึงพอใจในการ “ตรวจสอบสุขภาวะองค์กร” อยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลจำแนกตามระดับความพึงพอใจสื่อแต่ละประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสื่อทุกประเภทในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสื่อโปรแกรมการตรวจสอบสุขภาวะองค์กรมากกว่าสื่อมัลติมีเดีย VTR และคู่มือตรวจสอบสุขภาวะระดับองค์กร รายละเอียดดังแสดงในตาราง 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนผู้ตอบจำแนกตามระดับความพึงพอใจสื่อแต่ละประเภท

	สื่อมัลติมีเดีย VTR			คู่มือตรวจสอบ สุขภาวะระดับองค์กร			โปรแกรมการตรวจสอบ สุขภาวะองค์กร			รวม
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประเภท										
ภาคอุตสาหกรรม	6	16	4	5	18	3	3	21	2	26
ภาคบริการ	5	12	7	6	11	7	4	15	5	24
รวม	11	28	11	11	29	10	7	36	7	50
ขนาด										
เล็ก	0	1	2	0	1	2	0	1	2	3
กลาง	7	16	6	6	18	5	4	22	3	29
ใหญ่	4	10	3	5	9	3	3	12	2	17
ใหญ่พิเศษ	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
รวม	11	28	11	11	29	10	7	36	7	50
ความรู้ความเข้าใจในการ “ตรวจสอบสุขภาวะองค์กร”										
น้อยที่สุด	3	4	1	4	2	2	2	5	1	8
น้อย	5	9	2	3	10	3	1	13	2	16
ปานกลาง	3	14	8	4	16	5	4	17	4	25
มาก	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
รวม	11	28	11	11	29	10	7	36	7	50
ความพึงพอใจในการ “ตรวจสอบสุขภาวะองค์กร”										
น้อยที่สุด	3	2	0	4	1	0	2	3	0	5
น้อย	4	9	3	3	9	4	2	10	4	16
ปานกลาง	2	12	7	4	12	5	2	18	1	21
มาก	2	5	1	0	7	1	1	5	2	8
รวม	11	28	11	11	29	10	7	36	7	50

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในสื่อมัลติมีเดีย VTR พบว่า ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 คือ สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 3.94$) และสื่อสามารถดึงดูดความสนใจได้ ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมา คือ ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนประเด็นที่ว่า สื่อที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กรมีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.58$) รายละเอียดดังแสดงในตาราง 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจในสื่อมัลติมีเดีย VTR

ประเด็น	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
1. ผู้ใช้สื่อสามารถนำสื่อไปใช้ได้อย่างชัดเจน	2	8	26	46	18	3.70	0.93	12
2. สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	0	4	20	54	22	3.94	0.77	1
3. สื่อระบุแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน	0	4	36	46	14	3.70	0.76	13
4. สื่อที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร	0	4	48	34	14	3.58	0.78	15
5. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง	0	4	32	52	12	3.72	0.73	10
6. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีการสร้างการตระหนักและรู้จักสื่ออย่างชัดเจน	4	0	30	48	18	3.76	0.89	8
7. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหาละเอียดชัดเจน	2	4	34	40	20	3.72	0.90	11
8. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีรูปแบบ และเนื้อหาที่เหมาะสม	2	4	26	54	14	3.74	0.83	9
9. การปฏิบัติตามคู่มือนำไปสู่การพัฒนาได้จริง	2	2	32	52	12	3.70	0.79	14
10. ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ	0	4	24	52	20	3.88	0.77	3
11. โครงสร้างเนื้อหาของสื่อมีความครอบคลุม	4	4	22	50	20	3.78	0.95	7
12. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีข้อมูลตามความเป็นจริง	2	6	20	48	24	3.86	0.93	6
13. การประเมินภาพ/ ลี / กราฟฟิก	0	4	26	48	22	3.88	0.80	4
14. สามารถดึงดูดความสนใจได้	2	2	20	52	24	3.94	0.84	1
15. การสร้างการจดจำและความประทับใจในสื่อ	0	2	30	46	22	3.88	0.77	5
รวม	1.33	3.73	28.40	48.13	18.40	3.79	0.55	

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในคู่มือตรวจสอบสภาวะระดับองค์กร พบว่า ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 คือ ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมา คือ สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 3.98$) และสื่อที่พัฒนาขึ้นมีรูปแบบ และเนื้อหาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.96$) ส่วนประเด็นที่ว่าการประเมินภาพ/ ลี/ กราฟฟิกมีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.56$) รายละเอียดดังแสดงในตาราง 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจในคู่มือตรวจสอบสภาวะระดับองค์กร

ประเด็น	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
1. ผู้ใช้สื่อ สามารถนำสื่อไปใช้ได้อย่างชัดเจน	0	4	38	40	18	3.72	0.81	10
2. สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	0	4	20	50	26	3.98	0.80	2
3. สื่อระบุแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน	0	4	28	44	24	3.88	0.82	8
4. สื่อที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร	0	8	34	48	10	3.60	0.78	13
5. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง	0	2	32	58	8	3.72	0.64	11
6. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีการสร้างการตระหนักและรู้จักสื่ออย่างชัดเจน	0	6	28	48	18	3.78	0.82	9
7. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหา รายละเอียดชัดเจน	0	2	26	52	20	3.90	0.74	7
8. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีรูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสม	0	0	26	52	22	3.96	0.70	3
9. การปฏิบัติตามคู่มือนำไปสู่การพัฒนาได้จริง	0	0	30	48	22	3.92	0.72	5
10. ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ	0	2	16	60	22	4.02	0.68	1
11. โครงสร้างเนื้อหาของสื่อมีความครอบคลุม	0	2	28	46	24	3.92	0.78	6
12. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีข้อมูลตามความเป็นจริง	0	4	20	52	24	3.96	0.78	4

ประเด็น	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
13. การประเมินภาพ/ สี/ กราฟฟิก	0	10	38	38	14	3.56	0.86	15
14. สามารถดึงดูดความสนใจได้	2	6	30	50	12	3.64	0.85	12
15. การสร้างการจดจำและความประทับใจในสื่อ	2	4	38	44	12	3.60	0.83	14
รวม	0.27	3.87	28.80	48.67	18.40	3.81	0.51	

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในโปรแกรมการตรวจสอบสุขภาพขององค์กร พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 คือ ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา คือ สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.00$) และสื่อสามารถดึงดูดความสนใจได้ ($\bar{X} = 3.84$) คะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย คือ สื่อที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร ($\bar{X} = 3.54$) รายละเอียดดังแสดงในตาราง 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจในโปรแกรมการตรวจสอบสุขภาพขององค์กร

ประเด็น	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
1. ผู้ใช้สื่อ สามารถนำสื่อไปใช้ได้อย่างชัดเจน	4	2	36	44	14	3.62	0.90	13
2. สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	0	4	16	56	24	4.00	0.76	2
3. สื่อระบุแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน	0	2	42	44	12	3.66	0.72	12
4. สื่อที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร	0	6	44	40	10	3.54	0.76	15
5. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง	0	2	26	62	10	3.80	0.64	4
6. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีการสร้างการตระหนักและรู้จักสื่ออย่างชัดเจน	0	4	38	44	14	3.68	0.77	11
7. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหา รายละเอียดชัดเจน	0	2	34	54	10	3.72	0.67	9
8. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีรูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสม	0	0	38	50	12	3.74	0.66	7
9. การปฏิบัติตามคู่มือนำไปสู่การพัฒนาได้จริง	0	2	34	48	16	3.78	0.74	5
10. ขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีความน่าเชื่อถือ	0	2	16	58	24	4.04	0.70	1
11. โครงสร้างเนื้อหาของสื่อมีความครอบคลุม	0	4	28	54	14	3.78	0.74	6
12. สื่อที่พัฒนาขึ้นมีข้อมูลตามความเป็นจริง	0	2	32	46	20	3.84	0.77	3
13. การประเมินภาพ/ สี/ กราฟฟิก	0	2	36	48	14	3.74	0.72	8
14. สามารถดึงดูดความสนใจได้	2	6	30	54	8	3.60	0.81	14
15. การสร้างการจดจำและความประทับใจในสื่อ	0	4	32	54	10	3.70	0.71	10
รวม	0.40	2.93	32.13	50.40	14.13	3.75	0.40	

อภิปรายผล

จากผลการประเมินสื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กร พบว่า สื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กรทุกประเภท ได้แก่

1. สื่อมัลติมีเดีย VTR (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.36, ค่าเฉลี่ย HR = 3.79) ลำดับขั้นตอนของการนำเสนอมีความหลากหลายและนำไปสู่ตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติ เผยแพร่ได้ไวและกระตุ้นได้ดี มีความสื่อที่ชัดเจน ครบถ้วนในเนื้อหา

2. คู่มือตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กร ทั้งฉบับภาษาไทย (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.35, ค่าเฉลี่ย HR = 3.81) และฉบับภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ยผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.17) ใช้งานง่าย สะดวกเห็นเป็นรูปธรรม เข้าถึงได้ง่าย สะดวก ไม่จำกัดสถานที่ แต่ไม่สามารถแปลผลได้ทันที ต้องให้ข้อมูลหรืออธิบาย จำนวนผู้ใช้งานภาษาอังกฤษยังมีน้อย ควรมีการทดลองใช้เพื่อประเมินปัญหาที่อาจพบได้ ซึ่งควร online เช่นเดียวกับภาคภาษาไทย

3. โปรแกรมการตรวจสอบสุขภาพองค์กร (ค่าเฉลี่ย ผู้ทรงคุณวุฒิ = 4.51, ค่าเฉลี่ย HR = 3.75) เผยแพร่ได้ไว และกระตุ้นได้ดี มีการทดลองใช้หลายครั้ง เห็นคะแนนของความสุของค์กรที่ชัดเจนดี แต่ยังต้องการคำอธิบายสำหรับผู้เริ่มต้นใช้ เข้าถึงยากในอุตสาหกรรมที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ SME

โดยสรุป สื่อ...เป็นสื่อที่มีความน่าสนใจในมุมมองของการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาองค์กร เป็นการพัฒนาสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ สื่อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สื่อสามารถดึงดูดความสนใจ แต่ยังมีประเด็นที่ต้องการการพัฒนาต่อไป คือ ประเด็นการพัฒนาสื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในองค์กร รวมถึงการนำสื่อไปเผยแพร่ให้ทั่วถึง กว้างขวาง เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้สื่อ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสุขภาพองค์กร ควรนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาสื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และทดลองใช้พร้อมประเมิน และนำผลประเมินมาพัฒนาสื่อต่อไป
2. ผู้ทำงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสุขภาพองค์กร ควรนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเผยแพร่แก่องค์กรอื่นๆ ให้ได้ทดลองใช้และสามารถนำผลการใช้สื่อไปวางแผนเพื่อพัฒนาองค์กร และผู้ทำงานในองค์กรให้เกิดประโยชน์ และเกิดการทำงานอย่างมีความสุขต่อไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลกับผู้ทำงานในองค์กรที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “เสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขด้วย MapHR” รุ่นที่ 1 เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการเก็บข้อมูลในวงกว้างต่อไปเช่น เก็บข้อมูลกับองค์กรทั่วประเทศ ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นต่อไป
2. ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร และผู้ทำงานในองค์กรหลังจากได้ใช้สื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นต่อไป

3. ควรมีการศึกษาถึงโมเดลการพัฒนาสื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กร และรูปแบบการนำสื่อการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กร ไปประยุกต์ใช้ในองค์กรในบริบทและขนาดขององค์กรที่ต่างกัน เพื่อให้ได้รูปแบบการพัฒนาองค์กร ตามแนวทางการตรวจสอบสุขภาพระดับองค์กรที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยย่อยภายใต้โครงการพัฒนาด้านสุขภาพองค์กร และสร้างเสริมศักยภาพการพัฒนาองค์กรสุขภาพ ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์สร้างเสริมสุขภาพในองค์กร (Happy Workplace) ภายใต้สำนักสนับสนุนสุขภาพองค์กรสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญเมือง แก้วดำเกิง ดวงเนตร ธรรมกุล สิริธรสินจินดาวงศ์ ภัทรวดี มากมี ชุติมา สืบวงศ์ลี และ อัจฉรา ประเสริฐสิน. (2553). **รายงานสรุปผลการประเมินภายในแผนงานสุขภาพองค์กรภาคเอกชน**. แผนงานสุขภาพองค์กรภาคเอกชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- Baranski, B. (2002). Policy requirements and performance indicators for good practice in health, environment and social management in the enterprises. **International Archives of Occupational and Environmental Health**. 75 (Suppl.): 1-6.
- Burton, J. (2010). **WHO Healthy Workplace Framework and Model: Background and Supporting Literature and Practices**. Submitted to Evelyn Korton. (WHO. Headquarters, Geneva, Switzerland, February 2010).
- Churchill, G. A., Ford, N. M., & Walker, O. C. (1974). Measuring the job satisfaction of industrial salesmen. **Journal of Marketing Research**. 11: 254-260.

- Corbett, D. (2004). Excellence in Canada: Healthy organizations - Achieve results by acting responsibly. **Journal of Business Ethic.** 55: 125-133.
- Dive, B. (2004). **The healthy organization.** USA.: DMA Consultancy Limited.
- Engbers, L. H., van Poppel, M.N.M., Paw, M.J.M. C. A., & van Mechelen W. (2005). Worksite health promotion programs with environmental change: A systematic review. **American Journal of Preventive Medicine.** 29: 61-710.
- Goldgruber, J., & Ahrens, D. (2010). Effectiveness of workplace health promotion and primary prevention interventions: a review. **Journal of Public Health.** 18: 75-88.
- Gopalakrishnan, S, & Damanpour, F. (1994). Patterns of generation and adoption of innovation in organizations: Contingency models of innovation attributes. **Journal of Engineering and Technology Management.** 11, 95-116.
- Lent, R. W. (2008). Understanding and promoting work satisfaction. An integrative view. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.). **Handbook of counseling psychology** (4th ed.). New York: Wiley.
- Lowe, G. S. (2004). **Healthy workplace strategies: Creating change and achieving results.** USA: The Graham Lowe Group Inc.
- Muylaert, K., Beeck, R.O.D., & Broek, K. (2007). **Company Health Check: An instrument to promote health at the workplace.** Review Paper and Catalogue Quality of ENWHP-Criteria. Move Europe.
- Rogers, E. M. (1995). **Diffusion of innovations.** (4th ed.). New York: Free Press.
- Roger, E.M. (2004). A prospective and retrospective look at the diffusion model. **Journal of Health Communication.** 9 (Suppl. 1): 13-19.
- Rutherford, B., Boles, J., Hamwi, G. A., madupalli, R., & Rutherford, L. (2009). The role of the seven dimensions of job satisfaction in salesperson's attitudes and behaviors. **Journal of Business Research.** 62: 1146-1151.
- Sahin, I. (2006). Detailed review of Roger's diffusion of innovation theory and educational technology-related studies based on Roger's theory. **The Turkish Online Journal of Educational Teachnology.** Retrieved on May 10, 2010, From <http://www.tojet.net/articles/523.pdf>
- Smet, A. D., Loch, M., & Schaninger, B. (2007). **Anatomy of a healthy corporation.** The McKinsey Quarterly.