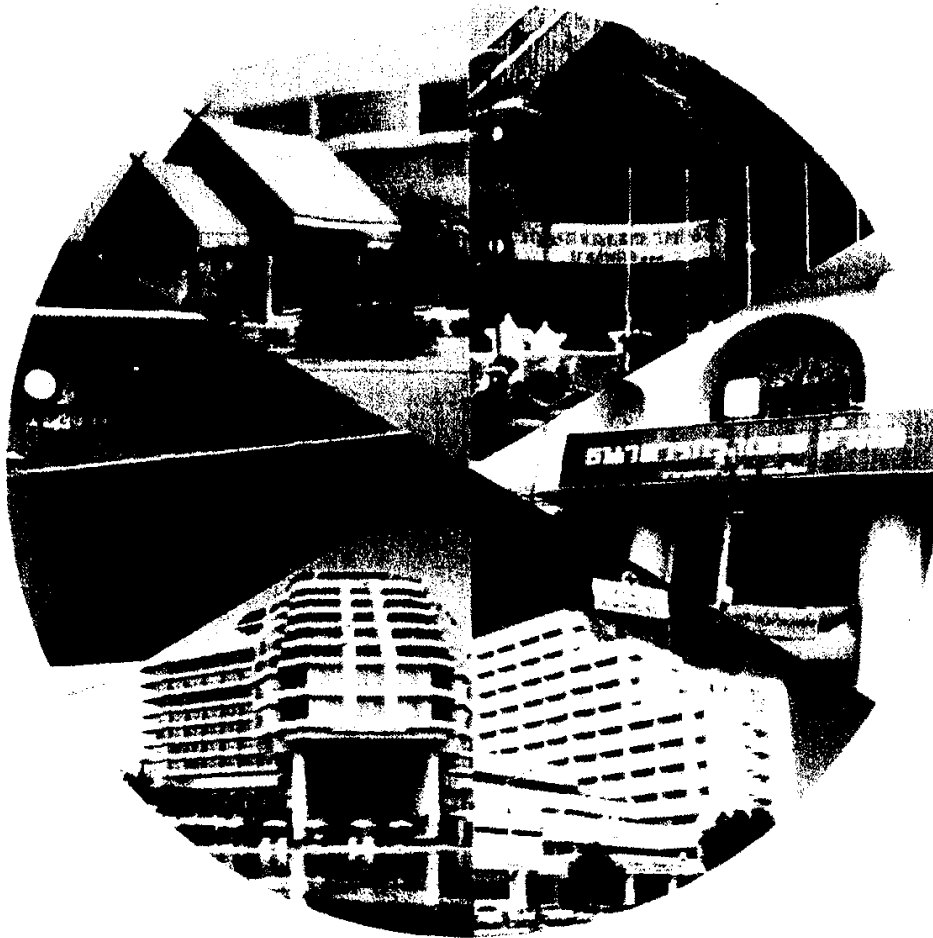




โครงการวิจัยเพื่อสร้างพื้นฐานการพัฒนา
การส่งเสริมสุขภาพในสถานที่ทำงานภาคเอกชน :
กรณีศึกษาสี่จังหวัดภาคเหนือ



คู่มือการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

คำนำ

เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเสนอตัวอย่างแนวทางการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” โดยใช้พื้นฐานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยตาม “โครงการวิจัย เพื่อสร้างพื้นฐานการพัฒนาการส่งเสริมสุขภาพในสถานที่ทำงานภาคเอกชน : กรณีศึกษาสี่จังหวัดภาคเหนือ” ซึ่งสนับสนุนทุนเพื่อการวิจัยโดยสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) ข้อเสนอในเอกสารนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) รูปแบบการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ (WHP Model) 2) การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น WHP และ 3) ขั้นตอนการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

คณะผู้จัดทำมิได้หวังที่จะแสดงว่าเอกสารฉบับนี้เป็นคู่มือ ซึ่งเป็นสูตรสำเร็จในการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานโดยทั่วไป เพียงแต่ต้องการเสนอตัวอย่างของระบบการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งพบจากการวิจัยในพื้นที่เฉพาะสี่จังหวัดภาคเหนือ ผู้นำไปใช้ควรประยุกต์หรือปรับให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสภาพของสถานที่ทำงานแต่ละแห่ง อย่างไรก็ตามหวังว่าเอกสารฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการพัฒนางานด้านการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานของสังคมไทยตามสมควร

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2542



เลขหมู่	_____
เลขทะเบียน	18066482
วันที่	22 เดือน 20 ปี 48

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 1 รูปแบบการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ" (Workplace Health Promotion Model)	1
ส่วนที่ 2 การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ	7
ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ"	13

ส่วนที่ 1 รูปแบบการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” (Workplace Health Promotion Model)

จากผลการศึกษาที่ได้นำเสนอมาแล้วในเอกสารรายงานการวิจัย เห็นได้ว่าสถานที่ทำงานเอกชนหลายแห่งมีศักยภาพที่จะดำเนินการให้เป็น “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ตามแนวทางที่เสนอโดยองค์การอนามัยโลกได้ โดยอาจนำรูปแบบดังที่ได้เสนอไว้ในภาพที่ 1 ไปเป็นแนวทางในการเริ่มต้นดำเนินการ “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ซึ่งมีพื้นฐานความคิดหลักมาจากแนวทฤษฎี โครงสร้างและหน้าที่ (Structure and Function Theory) ซึ่งอธิบายว่าสังคมประกอบด้วยโครงสร้างต่าง ๆ และแต่ละโครงสร้างต่างทำหน้าที่ของตนเอง โดยหน้าที่ที่ทำนั้นจะต้องมีความสอดคล้องประสานซึ่งกันและกัน เปรียบเสมือนร่างกายมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยระบบต่าง ๆ ในร่างกายแต่ละระบบคือ โครงสร้าง (Anatomy) ซึ่งต่างก็ทำหน้าที่ (Physiology) ของระบบตน โดยมีความสอดคล้องประสานกลมกลืนเป็นกระบวนการเดียวกันทั้งหมด (Harmony) ทั้งร่างกาย ยังผลให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างผาสุก หากระบบใดระบบหนึ่งซึ่งเป็นโครงสร้างของร่างกายสูญเสียการทำงานไป ก็จะทำให้เกิดการขาดสมดุลในร่างกาย บุคคลก็จะเกิดภาวะความไม่เป็นสุขหรือเจ็บป่วย ในที่ทำงานก็เช่นเดียวกัน ย่อมประกอบด้วยโครงสร้างต่าง ๆ ประกอบกันเป็นองค์การ และโครงสร้างแต่ละส่วนควรจะได้ทำหน้าที่ของตนโดยให้มีความสอดคล้องประสานกลมกลืนกัน เพื่อให้องค์การสามารถดำเนินพันธกิจต่อไปได้ โดยเฉพาะใน

รูปแบบการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจเช่นนี้องค์การยังต้องการมีโครงสร้างที่ทำหน้าที่ของตนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสอดคล้องประสานกันทั้งระบบ เพื่อรักษาไว้ซึ่งองค์ประกอบของโครงสร้าง ได้แก่ ทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์การ โดยเฉพาะทรัพยากรบุคคลให้สามารถดำรงตนอยู่ได้ตามสมควร รวมทั้งรักษาองค์การให้อยู่ได้ต่อไป เมื่อพิจารณาโครงสร้างของสถานประกอบการต่าง ๆ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็นสองระดับคือ โครงสร้างส่วนบน และโครงสร้างระดับพื้นฐาน

โครงสร้างส่วนบน คือ พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวกำกับวัฒนธรรมทางความคิดหรืออุดมการณ์ (Ideological culture) และวัฒนธรรมในการปฏิบัติ (Behavioral culture) ของบุคคล ซึ่งในที่นี้ หมายถึงบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงนั่นเอง ประกอบกับมีโครงสร้างระดับบนอีกส่วนหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการภายในองค์การนั้นคือแนวคิดสากล ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมองคนทำงานในฐานะที่เป็นมนุษย์และเป็นทรัพยากรที่มีค่าสมควรที่จะต้องได้รับการพัฒนา และการพัฒนาในที่นี้มีได้หมายถึงเฉพาะทำให้เป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการทำงานให้องค์การเท่านั้น แต่ยังคงต้องพัฒนาให้เขาเป็นบุคคลที่มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นด้วย

ปรากฏการณ์ทางด้านพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับแนวคิดสากลด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะมี

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

ความเกื้อกูลซึ่งกันและกันได้ เพราะความเป็นโลกาภิวัตน์และโครงสร้างส่วนบนทั้งสองส่วนนี้ก่อให้เกิด “นโยบายที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ขึ้นได้โดยนโยบายส่วนหนึ่งมาจากภาครัฐอีกส่วนหนึ่งมาจากเอกชน ซึ่งเป็นเจ้าของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงเอง โดยมีความเอื้ออาทร เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดนโยบายได้มากขึ้นอีกทางหนึ่ง

โครงสร้างระดับพื้นฐาน คือ โครงสร้างในระดับพื้นที่ซึ่งเป็นหน่วยปฏิบัติตามนโยบาย ซึ่งกำหนดมาจากโครงสร้างส่วนบน การศึกษาครั้งนี้พบว่าโครงสร้างระดับพื้นฐานประกอบด้วย 1) องค์กรภาครัฐในท้องถิ่น ได้แก่ ศูนย์ความปลอดภัยในการทำงาน สำนักงานประกันสังคมจังหวัด สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด 2) องค์กรภายในสถานที่ทำงาน ได้แก่ กลุ่มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยการรวมตัวของผู้บริหารพนักงานหรือลูกจ้างในสถานที่ทำงาน จัดตั้งเป็นชมรมหรือกลุ่มสนใจเพื่อทำกิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพขึ้นภายในองค์กรและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพขึ้นภายในองค์กรและระหว่างองค์กร กลุ่มเหล่านี้มีทั้งที่เกิดจากการสนับสนุนของผู้บริหารฯ และที่เกิดจากความสนใจของพนักงานกันเอง โดยจัดเป็นกลุ่มอิสระ 3) องค์กรชุมชนในท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรทั้งที่เป็นทางการคือ องค์กรทางการเมืองระดับท้องถิ่น (อบต.) วัด โรงเรียน สถานีอนามัย ซึ่งมีบทบาทในการเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่สถานประกอบการได้มาใช้อำนวยความสะดวก (Facilities) ในชุมชน เพื่อการประกอบกิจกรรมการ

รูปแบบการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

ส่งเสริมสุขภาพ เช่น สนามกีฬา หรือวัด เพื่อจัดกิจกรรมกีฬาหรือกิจกรรมทางสังคมและศาสนา รวมถึงการมาขอรับบริการทางสุขภาพจากสถานีนานามัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีหอพักของลูกจ้างตั้งอยู่ สำหรับองค์กรไม่เป็นทางการในท้องถิ่นที่มีบทบาทในการมีส่วนร่วมในกระบวนการของการส่งเสริมสุขภาพคนทำงาน ได้แก่ กลุ่มเยาวชน กลุ่มหนุ่มสาว ที่เข้ามาร่วมเสริมให้กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพคนทำงาน มีขอบเขตกว้างขวางไปถึงชุมชน โดยมีการแข่งขันกีฬาร่วมกับกลุ่มเยาวชนและกลุ่มหนุ่มสาวในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของสถานประกอบการ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างที่ทำงานกับชุมชน

ทั้งโครงสร้างส่วนบนและโครงสร้างระดับพื้นฐาน ต่างทำหน้าที่สอดประสานกัน ให้เกิดการดำเนินงานสองลักษณะคือ การดำเนินงาน “อาชีวอนามัย” และการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับองค์กรและระดับปัจเจกบุคคล กล่าวคือ ระดับองค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่เอื้อต่อสุขภาพของคนทำงานมากกว่าแต่ก่อน ซึ่งภาคเอกชนไม่สนใจยังผลให้ในอดีตสถานที่ทำงานเป็นแหล่งอันตรายต่อสุขภาพและแม้ต่อชีวิตของคนทำงาน ขณะเดียวกันปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในที่ทำงานที่เห็นได้อีกประการหนึ่งคือ เกิด “ประชาคมเพื่อสุขภาพในที่ทำงาน” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่สำหรับบรรยากาศในที่ทำงาน กล่าวคือ พนักงานให้ความสนใจต่อสุขภาพของตนเองมากขึ้น มีการพูดคุยถึงสุขภาพและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

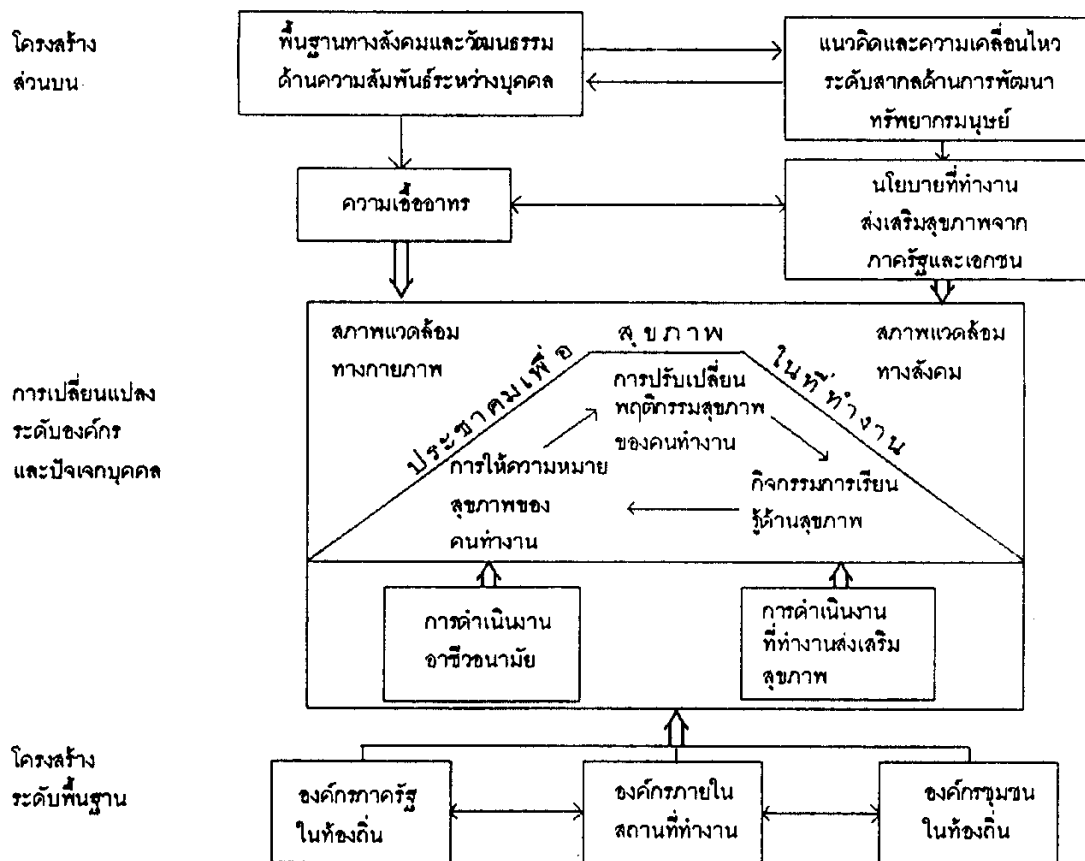
และกิจกรรมที่พูดถึงกันมากและเป็นความต้องการคือ การเล่นกีฬา การท่องเที่ยว และงานรื่นเริงประจำปี รวมทั้งกิจกรรม 5ส (สะสาง สะอาด สะดวก สุขลักษณะ สร้างสรรค์) ซึ่งช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อสุขภาพของคนทำงานเป็นอย่างดี

การเปลี่ยนแปลงในระดับองค์กรดังกล่าว ได้ทำหน้าที่เป็นเงื่อนไขให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคล คือในคนทำงานแต่ละคน กล่าวคือบรรยากาศในที่ทำงานยุคใหม่เป็นบรรยากาศที่ก่อให้เกิดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพขึ้นหลายประการ และกิจกรรมเหล่านั้นถือเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ด้านสุขภาพให้แก่คนทำงานได้เป็นอย่างดี ผลจากการเรียนรู้ดังกล่าว ช่วยทำให้คนทำงานมีความเข้าใจในเรื่องสุขภาพได้มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเคยคิดว่าสุขภาพคือความไม่เจ็บไม่ป่วย คนงานได้เรียนรู้ความหมายใหม่ของสุขภาพว่า แท้จริงสุขภาพนั้นต้องมีความหมายในทางที่ดี (Good Health) และมองเห็นว่าสุขภาพเป็นเรื่องที่ตนเองสามารถดูแลและจัดการเองได้เพื่อให้คงสภาวะของการมีสุขภาพที่ดีไว้ ไม่ปล่อยให้เจ็บป่วย ดังนั้นจึงนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในหมู่คนทำงานที่ให้ความหมายของสุขภาพในทิศทางที่ดีขึ้น โดยการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ไม่ดื่มสุรา ไม่สูบบุหรี่ ไม่เที่ยวกลางคืน และระมัดระวัง รวมถึงการป้องกันในการมีเพศสัมพันธ์

รูปแบบการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ"

ทั้งหมดนี้เป็นปรากฏการณ์ที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ และนำมาสรุปไว้เป็นรูปแบบเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานอื่นๆ ต่อไป

ภาพที่ 1 : รูปแบบการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ" (Workplace Health Promotion Model)



แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

ส่วนที่ 2 การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

เนื่องจากเรื่องราวของ “การส่งเสริมสุขภาพ” (Health Promotion) เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย แม้ว่าจะมีการนำคำนี้มาใช้กันอยู่บ้าง ในการกำหนดแนวทาง (Approach) การดำเนินงานสาธารณสุข 4 มิติ คือ ป้องกัน ส่งเสริม รักษา และฟื้นฟู แต่การส่งเสริมสุขภาพที่ปฏิบัติอยู่นั้นมีลักษณะแยกส่วน และมองเห็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ละกิจกรรม โดยขาดความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมหนึ่งกับกิจกรรมอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขาดการมองภาวะสุขภาพในลักษณะเป็นองค์รวม (Holistic Health) จึงทำให้การดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพไม่มีความยั่งยืน เมื่อทำกิจกรรมเสร็จก็ถือว่าเสร็จไปแล้วหนึ่งกิจกรรม จึงไม่บังเกิดผล (Impact) ใด ๆ กับการพัฒนาภาวะสุขภาพหรือคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคมในระยะยาว ครั้นถึงเวลาจะต้องทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอะไรใหม่ก็เริ่มต้นกันใหม่ กล่าวได้ว่าระบบคิดและการดำเนินงานของเราคุ้นเคยกับการคิดและการทำแบบตัดตอนเป็นเรื่อง ๆ ฉะนั้นเมื่อนำแนวคิด (Concepts) ของ “การส่งเสริมสุขภาพ” ซึ่งมีลักษณะเป็น “กระบวนการ” ที่คำนึงถึงความเชื่อมโยงของทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต (Lifestyles) มาใช้ในสถานที่ทำงานเพื่อให้เป็น “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” (Workplace Health Promotion) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับทุกฝ่ายในที่ทำงาน (Setting) แต่ละแห่งให้เข้าใจถึงหลักการ ปรัชญา

การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น ที่ทำงานส่งเสริม

วิธีการ และคุณค่าที่จะบังเกิดแก่องค์กรและปัจเจกบุคคล โดยอาศัยกลวิธีของการตลาดสังคม (Social Marketing) เป็นจุดเริ่มต้น ซึ่งประกอบด้วยหลัก 5P ดังนี้

1. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Population) โดยดูว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขายแนวคิดด้านการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานเป็นใคร เนื่องจาก การดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน จำเป็นต้องให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มต้น ฉะนั้นจึงต้องให้ทุกคนในองค์กรเกิดความเข้าใจและเห็นคุณค่า บุคลากรในองค์กรตั้งแต่เจ้าของผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูง พนักงาน จนถึงลูกจ้าง และยังรวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการหรือ ให้หลักประกันด้านสุขภาพของคนทำงานและชุมชนโดยรอบ จะต้องได้รับ เชิญมาประชุมปรึกษาหารือเพื่อทำความเข้าใจในเรื่องนี้ แต่เนื่องจากพื้นฐาน ของแต่ละกลุ่มต่างกัน จึงควรแยกกลุ่มในการประชุมครั้งแรก ๆ เพื่อทำความเข้าใจและประชุมร่วมกันทั้งหมด ในครั้งที่สองเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันในการ ดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ต่อไป

2. เลือกตัวสินค้า (Products) ซึ่งในที่นี้คือ “แนวคิด” ด้านการ ส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งรวมหลักการปรัชญา วิธีการ และคุณค่าของกระบวนการนี้ ให้เหมาะสมที่จะนำเสนอหรือขายให้กับแต่ละกลุ่มบุคลากรดังกล่าวแล้วข้าง ต้น ในการประชุมครั้งแรก เช่น กลุ่มเจ้าของผู้ประกอบการ และผู้บริหารระดับ สูง น่าจะสนใจว่า “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” คืออะไร? มีใครทำแล้วบ้างทั้งใน

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

ประเทศ ต่างประเทศ? ทำไมองค์กรของเราต้องทำด้วย? ถ้าไม่ทำจะเป็นอย่างไร? ในขณะที่กลุ่มลูกจ้างอาจจะสนใจว่า เรื่องนี้สำคัญอย่างไรกับการทำงานและชีวิตของฉัน? ฉันต้องการค่าจ้างมาก ๆ เรื่องสุขภาพเอาไว้ทีหลัง? ถ้าเจ็บป่วยก็มีประกันสุขภาพจ่ายค่ารักษาให้แล้ว ทำไมต้องทำเรื่องนี้? เห็นได้ว่าประเด็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกัน จึงต้องเลือกประเด็นหรือจุดขายที่จะเสนอกับแต่ละกลุ่มให้เหมาะสม

3. คุณค่า (Price or Value) ของการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานมีอย่างไรเป็นหัวใจสำคัญที่จะต้องชี้แจงทำความเข้าใจกับแต่ละกลุ่ม เช่น ในกลุ่มเจ้าของผู้ประกอบการ และผู้บริหารระดับสูง อาจจะสนใจว่า เรื่องนี้ทำแล้วเป็นผลดีอย่างไรต่อองค์กร ทั้งในด้านปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการผลิต (Process) และผลผลิต (Products)? กลุ่มลูกจ้างอาจจะถามว่า เรื่องนี้ช่วยให้ชีวิตดีขึ้นกว่าเดิมได้หรือเปล่า? เหล่านี้เป็นประเด็นด้าน “คุณค่า” ของการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานที่จำเป็นต้องทำความเข้าใจ ทั้งในการประชุมครั้งแรก (แยกกลุ่ม) และครั้งที่สอง (รวมกลุ่ม)

4. เลือกสถานที่ (Place) หรือโอกาส (Occasion) และช่องทาง (Channels) ในการประชุมให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม วิธีการประชุมหรือแบบไม่เป็นทางการ อาจช่วยให้บรรยากาศในการทำความเข้าใจและเห็นพ้องต้องกันเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าการประชุมแบบเป็นทางการในห้องประชุม เช่น พูดคุยเรื่องนี้กับกลุ่มเจ้าของฯ หรือผู้บริหารฯ ตอนพักรับประทานข้าวกลางวัน

การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น ที่ทำงานส่งเสริม

หรือคุยกันระหว่างการเล่นกีฬาด้วยกัน สำหรับกลุ่มลูกจ้างอาจหาโอกาสไปเยี่ยมที่หอพักโดยมีเครื่องดื่ม อาหารว่างติดมือไปด้วย และชวนนั่งคุยในบริเวณร่มไม้ หรือสนามหญ้า หรือสวนสาธารณะใกล้ ๆ หอพัก บรรยายภาพของความเป็นกันเองเช่นนี้ช่วยให้การพูดคุยเป็นไปด้วยดี และมีความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ง่าย วิธีการนี้เหมาะสำหรับการทำความเข้าใจในครั้งแรก จากนั้นการประชุมร่วมกันทั้งหมดก็เช่นเดียวกัน อาจใช้โอกาสพิเศษที่องค์กรจัดขึ้นประจำปี เช่น งานปีใหม่ หรือบางแห่งมีการพานบุคลากรทุกระดับไปอยู่ค่ายพักแรมด้วยกัน ใช้โอกาสนี้เพื่อทำความตกลงร่วมกัน จะทำให้เกิดสภาวะของความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันได้เป็นอย่างดี เพราะการอยู่ค่ายพักแรมมีทั้งบรรยายภาพทางกายภาพและทางสังคมที่เอื้อต่อการทำความเข้าใจ ทำความตกลงและการให้คำมั่นสัญญาต่อกัน จึงนับว่าเป็นกลวิธีที่ได้ผลมากในการเริ่มต้น เพื่อกำหนดดำเนินการ “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

5. การส่งเสริม (Promotion) เพื่อให้เกิดการขยายผลและเกิดการปฏิบัติอย่างจริง ๆ ในกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน สามารถทำได้หลายวิธี เช่น

5.1 การชี้ชวน (Advocacy) ในกลุ่มบุคลากรที่ยังไม่สนใจร่วมในโครงการ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการร่วมในกระบวนการส่งเสริมสุขภาพ

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

5.2 สร้างปัจจัยเอื้อ (Enabling) เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความสะดวกที่จะร่วมแสดงพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ปัจจัยเอื้อในที่นี้หมายถึงรวมถึงกฎ ระเบียบ ข้อควรปฏิบัติ สถานที่ เช่น สนามกีฬา ที่ออกกำลังกาย ที่พักผ่อน ฯลฯ อุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน และอุปกรณ์เพื่อนันทนาการ รวมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายให้เลือกเข้าร่วมตามความสนใจ

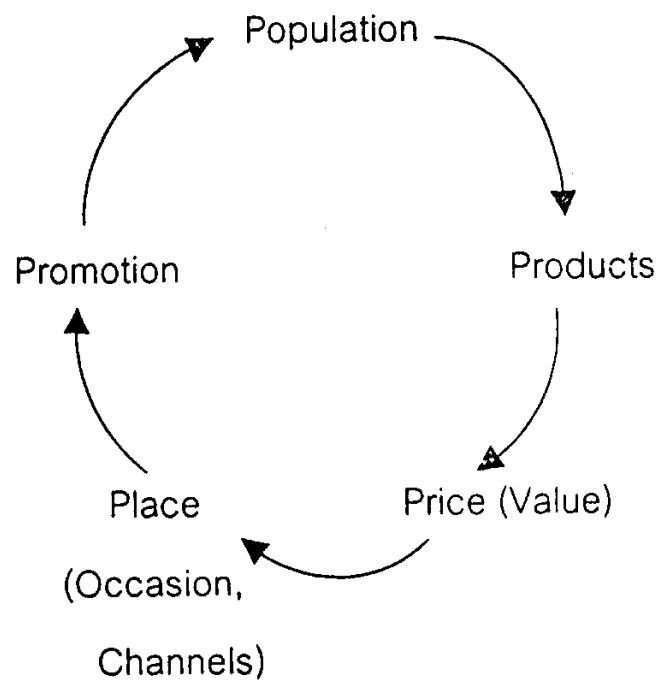
5.3 การรณรงค์ (Campaign) เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน นอกจากบุคลากรในองค์กรแล้วการรณรงค์ยังช่วยขยายวงการรับรู้คุณค่าของการส่งเสริมสุขภาพออกสู่ชุมชน เพื่อหวังผลในการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการส่งเสริมสุขภาพนี้อีกด้วย

ในที่สุดการส่งเสริม (Promotion) นี้จะย้อนกลับไปสู่กลุ่มเป้าหมายอีกครั้งหนึ่ง จึงปรากฏเป็นวงจรของกลวิธีทางการตลาดสังคม

กล่าวโดยสรุป! หลักการ 5P ของการตลาดสังคมน่าจะเป็นกลวิธีที่ดีในการเริ่มต้นดำเนินการเพื่อสร้างสรรค์ “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ที่ได้ผล ดังสามารถแสดงให้เห็นภาพเพื่อง่ายแก่การทำความเข้าใจ ดังนี้

การตลาดสังคม (Social Marketing) : กลวิธีเพื่อการเริ่มต้น ที่ทำงานส่งเสริม

ภาพที่ 2 วงจรการตลาดสังคม



แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

เนื่องจากการส่งเสริมสุขภาพเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม เพื่อให้ก้าวไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน ฉะนั้นการดำเนินการโดยวิธีสั่งการจากผู้บริหารลงมา (Topdown management) จึงไม่สามารถใช้ได้ ในกรณีนี้ แต่จะต้องเริ่มต้นจากการศึกษาเพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ทั้งระบบขององค์กร โดยให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาเบื้องต้นนี้เพื่อนำไปสู่การวางแผนปฏิบัติการ “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” ต่อไป

ขั้นตอนของการดำเนินงานทั้งหมด มีดังนี้

1. การวิเคราะห์บริบท (Context analysis) ในขั้นนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรทั้งหมดเพื่อดูสภาพปัญหา ความต้องการ สิ่งที่ต้องการไปแล้วและสิ่งที่กำลังดำเนินการอยู่ในด้านสุขภาพของคนทำงาน และด้านที่เกี่ยวข้อง ข้อได้เปรียบและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงานนั้น ๆ ตลอดจนทรัพยากรที่มีอยู่ในปัจจุบัน ความเข้าใจสภาพของบริบทองค์กรเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่การเริ่มต้นการดำเนินงานที่ถูกต้องและสนองความต้องการอย่างแท้จริง

2. การประเมินสถานการณ์และความต้องการ (Need assessment) ในขั้นนี้เป็นการประเมินสภาพการดำเนินการของสถานที่ทำงานนั้น ๆ ว่า สิ่งที่ทำอยู่ในองค์กรจัดได้ว่าเป็นการส่งเสริมสุขภาพให้แก่คนทำงานหรือไม่

ขั้นตอนการดำเนินงาน “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ”

โดยนำยุทธศาสตร์ 5 ประการของการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเสนอโดยองค์การอนามัยโลก (WHO, 1997) มาเป็นหลักในการประเมิน ได้แก่

1. นโยบายของสถานที่ทำงานเพื่อสุขภาพ
2. การวัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคมที่เอื้อต่อสุขภาพ
3. การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ
4. การพัฒนาทักษะส่วนบุคคลเพื่อสุขภาพ
5. การปรับเปลี่ยนบริการสุขภาพในที่ทำงาน

หากพบว่ายังไม่มี การดำเนินการในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน ก็จะนำไปสู่การกำหนดเป็นนโยบายและแผนเพื่อจัดให้มีการดำเนินการในด้านนั้น ๆ ต่อไป

3. การจัดลำดับความสำคัญและการวางแผน (Priority and Planning) ในขั้นนี้คือการจัดลำดับความสำคัญของการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในแต่ละด้านในข้อ 2 เช่น ด้านนโยบาย อาจพบว่าขาดนโยบายหลายประการ จำเป็นต้องจัดลำดับว่าควรกำหนดนโยบายด้านใดเป็นนโยบายสำคัญ อันดับแรก และด้านใดรองลงไป ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนดำเนินการเพื่อสนองตอบนโยบายตามลำดับความสำคัญต่อไป

4. การดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (Implementation) ขั้นนี้คือการนำแผนลงสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะปรากฏออกมาเป็น Intervention Program และ Health Promoting Activities ต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในองค์กร

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

5. การติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring) เพื่อให้ทราบสภาพปัญหาอุปสรรคและความสำเร็จของโครงการ จำเป็นต้องมีคณะกรรมการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนกิจกรรมที่กำหนด จะทำให้สามารถปรับปรุงการทำงานให้มั่นใจได้ว่า บรรลุตามวัตถุประสงค์

6. การนิเทศงานโดยองค์กรภายนอก (External Supervision) องค์กรภายนอกอาจเป็นจากภาครัฐหรือเอกชน หรือนักวิชาการด้านการส่งเสริมสุขภาพ จะเข้ามาทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและตรวจสอบการดำเนินการให้เป็นไปตามกระบวนการส่งเสริมสุขภาพที่แท้จริง คือ มีการดำเนินการภายใต้พื้นฐานความคิดแบบองค์รวม (Holistic Approach) ไม่ใช่เป็นการทำกิจกรรมแบบแยกส่วน (Partial Operation) อย่างที่เคยเป็นมาก่อน

7. การประเมินผล (Evaluation) ในขั้นนี้นับเป็นความสำคัญสูงสุดของการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในที่ทำงาน เพราะการประเมินผลจะให้คำตอบว่าสิ่งที่ลงทุนไปทำนั้นให้ผลคุ้มค่าหรือไม่ การประเมินผลทำได้เป็นสองระดับคือ

7.1 การประเมินผลระหว่างการดำเนินโครงการ (Formative Evaluation) ซึ่งจะเป็นการประเมินผลตั้งแต่เริ่มในขั้นตอนที่หนึ่งเรื่อยมา เพื่อให้ทราบจุดบกพร่องและนำมาแก้ไขปรับปรุงในแต่ละขั้นตอนทันที

7.2 การประเมินผลสุดท้าย เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ (Summative Evaluation) คือการประเมินผลลัพธ์ (Outcome) ของการดำเนินโครงการ ว่า

ขั้นตอนการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ"

เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วบังเกิดผลลัพธ์อะไรให้เห็นทั้งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ (Tangible outcome) และที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ (Intangible outcome) แต่มีคุณค่าในระยะยาวต่อองค์กร

ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมที่เห็นได้ เช่น มีการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความปลอดภัย ฯลฯ พร้อมทั้งมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ดีคือมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรทุกฝ่าย ทุกระดับ ในทิศทางที่ดี ตลอดจนเกิดความเคลื่อนไหวทางสังคม (Social movement) ในองค์กรที่บ่งบอกว่าทุกคนจะช่วยกันนำพาองค์กรก้าวไปสู่ความเป็น "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ" ส่วนผลลัพธ์ที่เป็นนามธรรมก็ได้แก่ ทศนคติและความเชื่อในด้านการส่งเสริมสุขภาพที่จะเกิดขึ้นแก่ปัจเจกบุคคล อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในกระบวนการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพที่สร้างขึ้นในที่ทำงานนั่นเอง เพราะบุคคลย่อมเรียนรู้จากการมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ที่จัดขึ้น การส่งเสริมสุขภาพในตัวของกระบวนการเองนั้นถือว่าการสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ที่ดีที่สุด ฉะนั้นการเข้ามามีส่วนร่วมของบุคลากรทุกคนทุกฝ่าย ในกระบวนการนี้จึงเป็นการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) ทางด้านสุขภาพร่วมกัน

8. ผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการส่งเสริมสุขภาพจะปรากฏให้เห็นได้ในระยะยาว ซึ่งจะมีทั้งผลที่เกิดต่อองค์กร ต่อปัจเจกบุคคล และต่อชุมชนโดยรวม

แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

ผลกระทบต่อองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในการทำงานที่ดี บุคลากรมี
ความสุขในการทำงาน และในที่สุดก็จะส่งผลถึงผลผลิตขององค์กรที่ดีกว่าทั้ง
ในเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลกระทบต่อปัจเจกบุคคล คือภาวะสุขภาพและ
คุณภาพชีวิตของคนทำงานแต่ละคนดีขึ้นกว่าเดิม สำหรับผลกระทบที่จะเกิด
แก่ชุมชนคือเกิดภาวะสิ่งแวดล้อมที่เป็นผลดีแก่สุขภาพของชุมชนทั้งในด้านสิ่ง
แวดล้อมทางกายภาพ สิ่งแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม การประเมินผลสุดท้ายของโครงการฯ ย่อมชี้ให้เห็นว่า
ทั้งผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) เป็นไปในทิศทางและขนาด
(ความมากน้อยของผลสัมฤทธิ์) ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือตามที่ควรจะเป็น
หรือไม่ หากพบว่าไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ผลของการประเมินในขั้นสุด
ท้ายนี้ก็จะกลายเป็นข้อมูลย้อนกลับไปสู่ขั้นการวิเคราะห์บริบทองค์กรอีกครั้ง
เพื่อค้นหาสาเหตุของข้อบกพร่อง และนำกลับไปสู่การวางแผนและดำเนินการ
แก้ไขใหม่อีกครั้งหนึ่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน "ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ"

ขั้นตอนการดำเนินการ “ที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ” แสดงไว้
ดังภาพที่ 3



แนวทางการดำเนินงานที่ทำงานส่งเสริมสุขภาพ

เอกสารเพื่ออ่านประกอบเพิ่มเติม

- ทวีศักดิ์ นพเกษร. วิกฤตสังคมไทย 2540 กับบทบาทวิทยาการกระบวนการ เล่ม 1-2. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม ธนาคารออมสิน, 2542.
- ประเวศ วะสี และคณะ. ประชาสังคม : ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2541.
- ประเวศ วะสี. ยุทธศาสตร์ชาติ : เพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคมและศีลธรรม. กรุงเทพฯ : หมอชาวบ้าน, 2541.
- วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ และคณะ. นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ : เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัทดีไซร์ จำกัด, 2541.
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ. ประชาสังคมกับการพัฒนาสุขภาพ : บทวิเคราะห์ทางวิชาการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท ดีไซร์ จำกัด, 2540.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. ทฤษฎีสังคมวิทยา ; เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- World Health Organization. WHO'S GLOBAL HEALTHY WORK APPROACH, 1997.