

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

บันทึก

ที่ อทบ. ๑๖๓ / ๒๕๖๒

จาก อทบ.

เรื่อง เนื้อหาคำนิยามเดือนมีนาคม ๒๕๖๒

วันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เรียน

รองผู้ว่าการ

ผู้ช่วยผู้ว่าการ

ผู้อำนวยการฝ่ายและเทียบเท่า

สืบเนื่องจาก กฟผ. ได้กำหนดคำนิยามและวัฒนธรรมองค์กร กฟผ. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีพฤติกรรมที่ช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ที่วางไว้ ดังนั้นจึงต้องมีการเผยแพร่คำนิยามและวัฒนธรรมองค์กร กฟผ. ให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึง

ในการนี้ ขอส่งเนื้อหาคำนิยามองค์กร กฟผ. เดือนมีนาคม ๒๕๖๒ เรื่อง คำนิยามฯ รักร่องค์การ (Sense of Belonging) กับกิจกรรมต่าง ๆ ใน กฟผ. เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ผู้ปฏิบัติงานในสังกัด ตามที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นายอิทธิชัย ดิศวนนท์)

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและพัฒนาองค์กร

กองกลยุทธ์และพัฒนาองค์กร

โทร. ๖๕๓๕๐, ๖๕๓๔๓

สำเนาเรียน ผวก.

ชกตน.

อลอ.

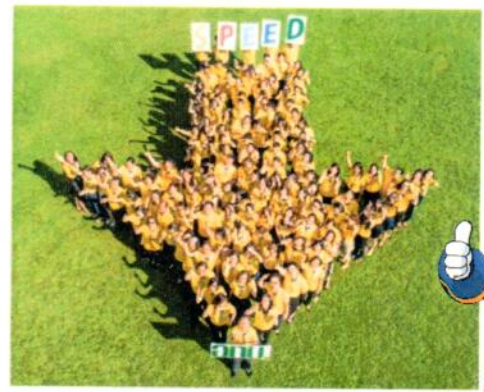
เนื้อหาค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การ กฟผ. เดือนมีนาคม 2562

ค่านิยมฯ รักองค์การ (Sense of Belonging) กับกิจกรรมต่าง ๆ ใน กฟผ.

ความรักของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ หากเกิดขึ้นจากการปลูกฝังจากหลายองค์ประกอบรวมกันมาอย่างยาวนาน เช่น การปลูกฝังความรักและความผูกพันจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง จากหัวหน้าสู่ผู้ปฏิบัติงานได้บังคับบัญชา จากเพื่อนร่วมงานส่งถึงเพื่อนร่วมงาน ซึ่งรวมไปถึงการปลูกฝังความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การด้วย

ที่ผ่านมา กฟผ. ได้ดำเนินการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การ กฟผ. ผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย ทั้งการประชาสัมพันธ์ การให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมทำบุญวันขึ้นปีใหม่ กิจกรรมวันครอบครัว กฟผ. กิจกรรมวันกีฬาสี่ รวมถึงการรณรงค์ใส่เสื้อเหลือง SPEED ทุกวันจันทร์ เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์การ โดยในทุกกิจกรรมได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากพนักงานทุกท่านเสมอมา

สำหรับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การ กฟผ. SPEED ตัวแรก คือ รักองค์การ (Sense of Belonging) มิได้มุ่งเน้นให้พนักงาน กฟผ. แสดงความรัก ความผูกพันต่อองค์กรเมื่ออยู่ใน กฟผ. เพียงเท่านั้น หากยังส่งเสริมให้พนักงานควรต้องสามารถปกป้อง รักษาผลประโยชน์และชื่อเสียงขององค์การเมื่ออยู่นอก กฟผ. โดยอาจใช้วิธีการชี้แนะข้อมูลที่ต้องการจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น จาก Official Website ของ กฟผ. หรือมีการเผยแพร่ข่าวสาร คลิปวิดีโอที่น่าสนใจต่าง ๆ ผ่านทาง Facebook และแม้กระทั่งโปรแกรม LINE ที่ กฟผ. ได้ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์องค์การด้วยการจัดทำ Sticker LINE น้อง Engy ซึ่งเป็นมาสคอตของ กฟผ. โดยให้พนักงานและประชาชนทั่วไปสามารถดาวน์โหลดใช้ได้ฟรี ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวมาเป็นเพียงตัวอย่างกิจกรรมบางส่วนที่มุ่งส่งเสริมให้พนักงาน มีความรัก ความผูกพัน และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ยิ่งไปกว่านั้น หากพนักงานรู้สึกภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของแรงกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน กฟผ. จะส่งผลให้พนักงานทุ่มเทร่างกาย แรงใจ อุทิศตนในการสร้างสรรค์ผลงานดี ๆ ให้กับ กฟผ. ต่อไป



.....