

แผนการจัดการความรู้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

คณะทำงานการจัดการความรู้
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สารบัญ

ส่วนที่ 1 บทนำ

- หลักการและเหตุผล 1
- กฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง 1
- ข้อมูลพื้นฐานของ สศส. 2-3

ส่วนที่ 2 การจัดการความรู้

- นิยามและคำจำกัดความ 4
- องค์ประกอบในการจัดการความรู้ 4
- กระบวนการจัดการความรู้ 5-7

ส่วนที่ 3 แผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

- ขอบเขตและเป้าหมายการจัดการความรู้ของ สศส. 8-9
- ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และกิจกรรมของแผนการจัดการความรู้ 10-16
- ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนการจัดการความรู้ 17

ภาคผนวก

- คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานการจัดการความรู้ 18

ส่วนที่ 1 บทนำ

หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่มีความสมดุลและมีความยั่งยืน โดยพัฒนาระบบเศรษฐกิจด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัย เป็นการเชื่อมโยงวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ สังคม เทคโนโลยีและวัฒนธรรม เพื่อทำการยกระดับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้ทัดเทียมกับประเทศชั้นนำได้

การใช้องค์ความรู้ในการต่อยอดพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสินค้าบริการใหม่เพื่อตอบโจทย์กับกระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุค New Normal จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการความรู้ในสำนักงานฯ โดยเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายอยู่ในตัวของเจ้าหน้าที่ในแต่ละระดับชั้น หรือจากเอกสารรายงาน/ฐานข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ ส่งต่อองค์ความรู้ระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล อันจะส่งผลให้สำนักงานเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สศส. จึงได้มีการจัดทำแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ขึ้น โดยมีคณะทำงานการจัดการความรู้ทำหน้าที่ จัดทำแผนปฏิบัติงานและเป็นผู้แทนของส่วนงานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำแผนฯ ไปปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

กฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

จากพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 11 กำหนดไว้เป็นหลักการว่า ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัด ให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน และเพื่อให้การพัฒนาความรู้ในส่วนราชการมีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ

จากพระราชกฤษฎีกาฉบับดังกล่าว นำไปสู่ความพยายามในการสร้างระบบการจัดการความรู้ให้กับส่วนราชการต่าง ๆ โดยกำหนดเป็นเกณฑ์การบริหารจัดการภาครัฐสู่ความเป็นเลิศ (PMQA) หมวด 4 การวัด วิเคราะห์ และการจัดการความรู้ ที่มุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการจัดการความรู้ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะเป็นฐานให้เกิดการพัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืนที่จะส่งผลไปยังหมวดต่าง ๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่องค์กรต้องการ

ข้อมูลพื้นฐานของ สศส.

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ

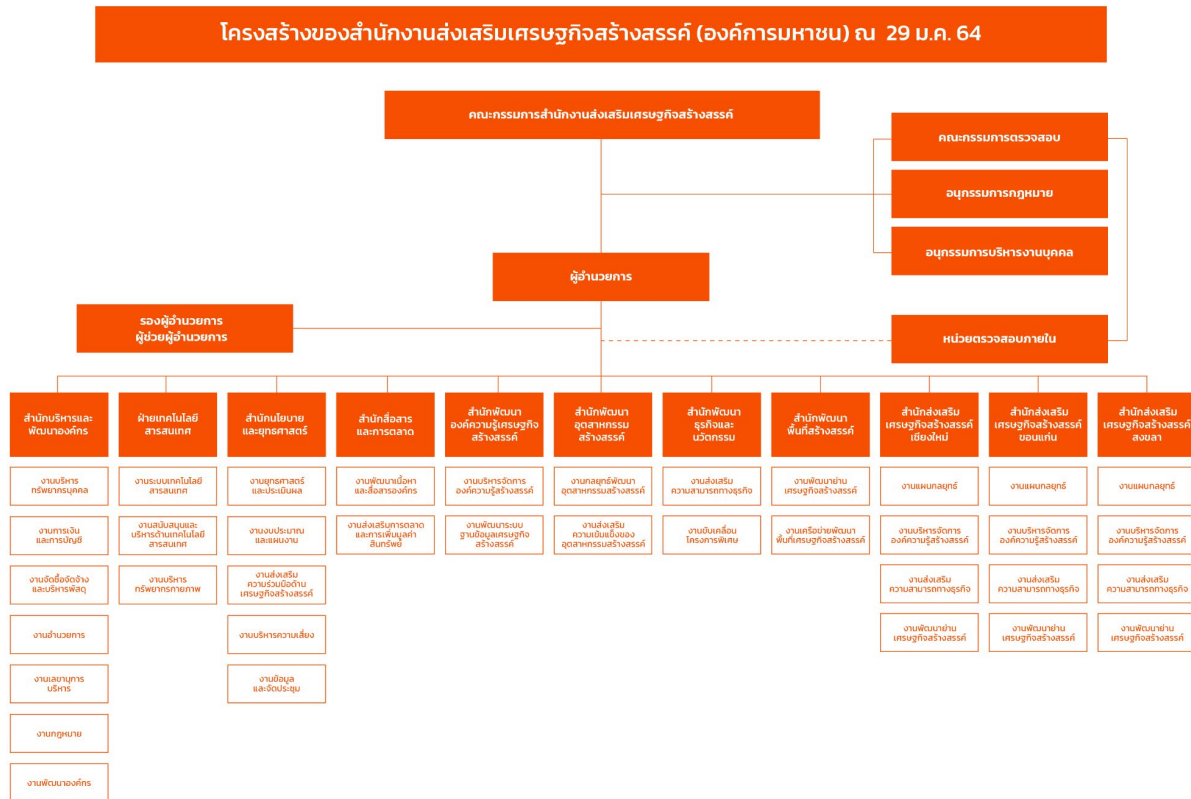
หน้าที่และอำนาจ

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น
4. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ
5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม
6. ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ สศส.

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โครงสร้างองค์กร



ส่วนที่ 2

การจัดการความรู้

นิยามและคำจำกัดความ

การจัดการความรู้ (Knowledge Management หรือ KM) คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

KM ไม่ใช่เป้าหมาย แต่เป็นเครื่องมือ ที่จะช่วยให้มีการสร้าง รวบรวม จัดระบบ เผยแพร่ ถ่ายโอนความรู้ที่เป็นประโยชน์เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันเวลา และทันเหตุการณ์ จะส่งผลให้การปฏิบัติงานของคนในองค์กรมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร และเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

ความรู้ (Knowledge) คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา เล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจ หรือ สารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือ การปฏิบัติ องค์วิชาในแต่ละสาขา โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ

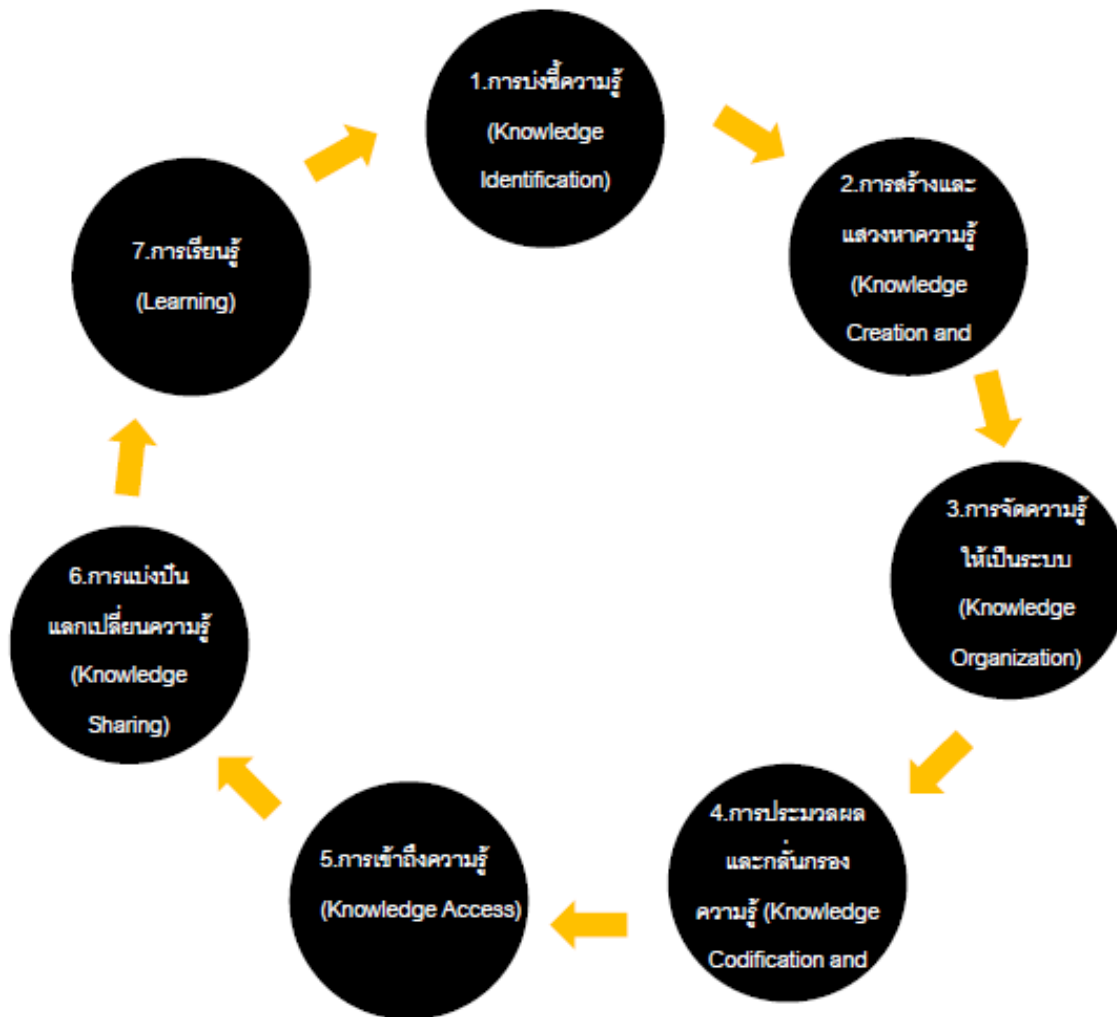
1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม
2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

องค์ประกอบในการจัดการความรู้

1. **คน** - เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นทั้งแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้น การจะทำ KM จะต้องเน้นให้ความสำคัญที่องค์ประกอบนี้ ต้องรู้ว่าคุณมีความรู้อยู่ที่คน ๆ ไหน และคน ๆ นั้นเป็นอย่างไร เพื่อที่จะดึงความรู้จากบุคคลนั้นออกมาถ่ายทอดให้ได้
2. **เทคโนโลยี** - เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน และนำความรู้ไปใช้ได้อย่างง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีความถูกต้อง
3. **กระบวนการความรู้** - เป็นการบริหารจัดการเพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ใช้เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงและนวัตกรรม

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)

เป็นกระบวนการแบบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 1 : แสดงกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)

1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification)

- การค้นหาว่ามีความรู้อะไรบ้างในองค์กรที่มีผู้เกี่ยวข้องหรือลูกค้า (Stakeholder/C-Customer) ต้องการทราบแล้วพิจารณาว่ารู้นั้นเป็นรูปแบบใด อยู่ที่ใครหรือความรู้อะไรบ้างที่องค์กรจำเป็นต้องมี
- การจัดลำดับความสำคัญของความรู้เหล่านั้น เพื่อองค์กรจะได้วางขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (C-Cost)

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)

- การกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่อาจจะอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้ (C-Convenience)
- การจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ (C-Communication)
- การสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ เพื่อให้องค์กรมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี

3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)

- การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น การจัดทำสารบัญ และจัดเก็บความรู้ประเภทต่างๆ เพื่อการเก็บรวบรวม การค้นหา และการนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว
- การแบ่งชนิดหรือประเภทของความรู้ โดยคำนึงถึงว่าผู้เข้าไปใช้อย่างไร และลักษณะการทำงานของบุคลากรเป็นแบบใด เช่น แบ่งตามความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของบุคลากร หัวข้อ/หัวเรื่อง หน้าที่/กระบวนการ ประเภทของผลิตภัณฑ์ บริการ ตลาด หรือกลุ่มลูกค้า เป็นต้น

4. การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement)

การประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้ ซึ่งทำได้หลายลักษณะ เช่น

- จัดทำหรือปรับปรุงรูปแบบของเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ทำการป้อนข้อมูล การจัดเก็บ การค้นหา และการใช้ข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว
- การใช้ "ภาษา" เดียวกันทั้งองค์กร โดยจัดทำคำอธิบายศัพท์ของคำจำกัดความ ความหมายของคำต่างๆ ที่แต่ละสำนัก/ฝ่ายใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ความเข้าใจที่ตรงกัน
- การเรียบเรียง ตัดต่อ และปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพดีในแง่ต่างๆ เช่น ครบถ้วน เพียงตรง ทันสมัย สอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)

มีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้ เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยมีการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้ทั้ง 2 ลักษณะ คือ

- "Push" (การป้อนความรู้) คือ การส่งข้อมูลหรือความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารต่างๆ หรือข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการขององค์กร
- "Pull" (การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูล หรือความรู้ที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งช่วยลดปัญหาการได้รับข้อมูลหรือความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

- มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) โดยวิธีต่างๆ เช่น การจัดทำเอกสาร จัดทำฐานความรู้ หรือการจัดทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้
- มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งอาจใช้วิธีผสมผสานเพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามสะดวก

7. การเรียนรู้ (Learning)

บุคลากรเกิดการเรียนรู้ ซึ่งอาจสังเกตได้จากความสามารถที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้ดีขึ้น หรือเกิดความรู้ใหม่ ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และนำไปสู่การทำให้องค์กรมีการบริการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ขอบเขตและเป้าหมายของ KM

ขอบเขตของ KM (KM Focus Areas) เป็นหัวข้อเรื่องกว้าง ๆ ของความรู้ที่จำเป็นและสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรที่จะนำมาดำเนินการจัดการความรู้ โดยจะส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ (Outcome) ขององค์กร และจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมาย KM (Desired State) ต่อไป สำหรับ

เป้าหมาย KM (Desired State) เป็นหัวข้อเรื่องของความรู้ที่จำเป็นและสอดคล้องกับขอบเขต KM ที่ได้เลือกมาจัดทำ และต้องสามารถวัดได้เป็นรูปธรรมที่มีต่อผลงาน (Output) ของบุคลากรในองค์กร หรืออาจจะมิใช่ต่อผลลัพธ์ (Outcome) ก็ได้ ซึ่งจะนำเป้าหมาย KM และขอบเขต KM มาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) ต่อไป

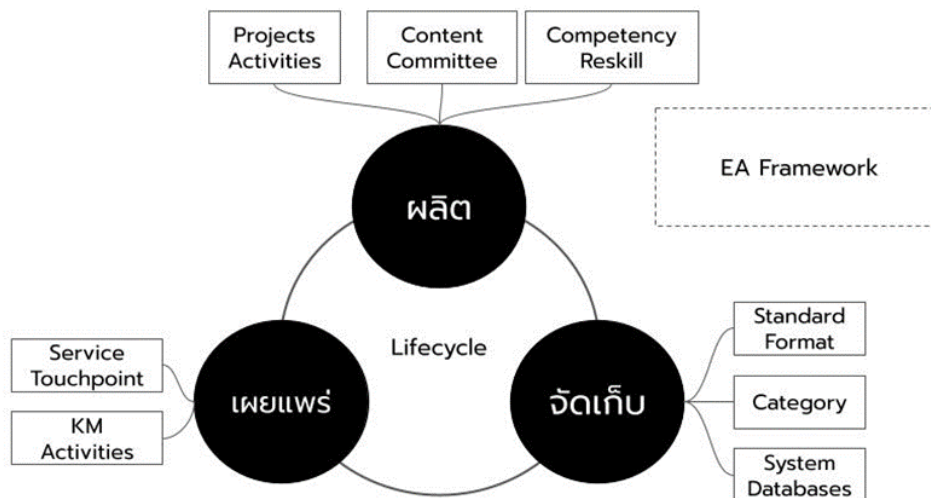
ส่วนที่ 3

แผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

คณะกรรมการจัดการความรู้ ได้ร่วมกันทบทวน กลั่นกรอง วิเคราะห์องค์ความรู้ที่จำเป็น เพื่อกำหนดแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ตามภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) โดยได้กำหนดขอบเขตและเป้าหมายการจัดการความรู้ ดังนี้

ขอบเขตและเป้าหมายการจัดการความรู้ของ สศส.

กระบวนการจัดการความรู้เป็นวงจรที่ไม่รู้จบ การใช้ความรู้มากเท่าไรส่งผลให้ความรู้นั้นได้เพิ่มมูลค่าอย่างทวีคูณ ซึ่งเป้าหมายขององค์กรจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการในการจัดการให้ความรู้ นั้น ๆ อยู่กับสำนักงาน โดยแบ่งการจัดการเป็น 3 มิติหลัก ๆ คือ การผลิตหรือสร้างความรู้ การจัดเก็บ และการเผยแพร่



ภาพที่ 2 : แสดงแผนภาพความคิดการจัดการความรู้

1. การผลิตหรือสร้างความรู้

การสร้างความรู้เกิดได้จากการพัฒนา/ทบทวนทักษะ (Competency Reskill) ของเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานตามหน้าที่ได้, แนวทางการพัฒนาเนื้อหาของคณะกรรมการผลิตเนื้อหา (Content Committee) ซึ่งคณะกรรมการทำหน้าที่จัดการผลิตเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้องค์กรสามารถจัดการเนื้อหาให้ไปในทิศทางเดียวกัน, กิจกรรมต่างๆ ในโครงการ (Project Activities) การจัดกิจกรรมทั้งในองค์กรและนอกองค์กรมีการสร้างเนื้อหาชุดความรู้ใหม่ๆ ที่สอดแทรกอยู่ในทุกกิจกรรม สำนักงานสามารถถอดบทเรียนจากกิจกรรมและสรุปเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อไปได้

2. การจัดเก็บ

การส่งต่อองค์ความรู้เป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ช่วยให้ความรู้ในสำนักงานมีการต่อยอดนำไปใช้ให้เกิดมูลค่ายิ่งขึ้นไป ประกอบกับองค์กรกำลังปรับตัวเข้าสู่เป็น Digital Agency ซึ่งการจัดเก็บองค์ความรู้จึงต้องใช้หลักแนวคิดการจัดการ Digital Transformation เป็นการวางกรอบกลไกการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ ที่ช่วยให้สามารถจัดการส่งต่อความรู้ระหว่างกันในรูปแบบดิจิทัลได้ง่าย โดยมีการกำหนด ฐานข้อมูล (System Databases), ประเภท (Category), ข้อกำหนดหรือมาตรฐานการจัดเก็บเพื่อให้ระบบสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ได้ (Standard Format)

3. การเผยแพร่ความรู้

รูปแบบการเผยแพร่องค์ความรู้ของสำนักงานนั้น จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาขององค์ความรู้ว่า องค์ความรู้ที่จะเผยแพร่เป็นเรื่องใดเพื่อให้สามารถออกแบบการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับบริบทของผู้รับองค์ความรู้ (Service Touch point) ซึ่งอาจจะเป็นในรูปแบบการจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ในสำนักงาน (KM Activities), การจัดทำเป็นคู่มือกระบวนการทำงานในแต่ละทีม (Service Design Process) เป็นต้น

สศส. มุ่งเน้นให้เจ้าหน้าที่ทุกระดับ ใช้องค์ความรู้ที่สั่งสมมาจากการประสบการณ์ความชำนาญที่มีมา หรือจากการศึกษาวิจัยค้นคว้าจนฝึกฝนเกิดเป็นทักษะใหม่ และนำองค์ความรู้นั้นต่อยอดพัฒนาจนเกิดเป็นนวัตกรรมด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยแบ่งดำเนินงานออกเป็น 4 แผนงาน ดังนี้

- | | |
|-------------|---|
| แผนงานที่ 1 | การสำรวจและสร้างมาตรฐานด้านข้อมูลและความรู้ |
| แผนงานที่ 2 | การใช้ความรู้เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมองค์กร |
| แผนงานที่ 3 | การใช้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ |
| แผนงานที่ 4 | การจัดระบบความรู้และจดหมายเหตุ |

แผนปฏิบัติการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 สศส.

แผนงานที่ 1 : การสำรวจและสร้างมาตรฐานด้านข้อมูลและความรู้

สำรวจข้อมูลและความรู้ภายในองค์กรเพื่อจัดทำมาตรฐานและกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำงานร่วมกัน

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
1	จัดทำชุดข้อมูลที่มีเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล (Sensitive Data) ตาม พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562		✓	✓	✓	รายงานสรุปข้อมูลส่วนบุคคลของแต่ละสำนักงานถือครอง จำนวน 1 ฉบับ	ไม่ใช้งบประมาณ	ทุกสำนัก/ฝ่าย
2	จัดทำชุดข้อมูลเปิดของสำนักงานในรูปแบบดิจิทัล (Open Data)	✓	✓	✓	✓	1. ระบบข้อมูลเปิดของสำนักงาน จำนวน 1 ระบบ 2. ข้อมูลเปิดตามภารกิจหลักของสำนักงานอย่างน้อย 1 ภารกิจ (ข้อมูลย่านสร้างสรรค์)	0.2700	สำนักพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์/ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
3	กำหนดแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการจัดการความรู้ขององค์กร (Knowledge Lifecycle Management / Application)		✓	✓	✓	รายงานสรุปแนวทางการพัฒนาการจัดการความรู้ของสำนักงาน จำนวน 1 ฉบับ	ไม่ใช้งบประมาณ	คณะทำงานการจัดการความรู้

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
4	กำหนดมาตรฐาน (Data Standard) ระเบียบ หรือนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลสำคัญ เช่น มาตรฐานการจัดเก็บ ,มาตรฐานข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น			✓	✓	นโยบาย/แนวปฏิบัติการจัดการข้อมูลสำคัญของสำนักงาน จำนวน 1 ฉบับ	ไม่ใช้งบประมาณ	สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร / ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

แผนงานที่ 2 : การใช้ความรู้เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมองค์กร

กระบวนการแสวงหา จัดระบบ และพัฒนาเนื้อหาความรู้เพื่อเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อภารกิจของสำนักงาน และการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
1	ดำเนินการขับเคลื่อนสำนักงานด้วยโจทย์/เนื้อหาในทิศทางเดียวกันเพื่อให้เกิดเป้าหมายเนื้อหาพร้อมกัน ทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Content Committee)	✓	✓	✓	✓	จัดทำสรุปผล/ข้อเสนอแนะ รายงานต่อที่ประชุมไตรภาคี ไตรมาสละ 1 ครั้ง	ไม่ใช้งบประมาณ	คณะทำงาน Content Committee/ สำนักสื่อสารและการตลาด
2	จัดทำการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อ	✓	✓	✓	✓	รายงานผลการศึกษาฯ จำนวน 1 ฉบับ	5.0000	สำนักพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์/

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
	สร้างชุดความรู้ใหม่ต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์							ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
3	จัดทำสรุปข้อมูลในรูปแบบ Dashboard (Monitoring Dashboard)	✓	✓	✓	✓	Dashboard สำนักละ 1 Dashboard	ไม่ใช้งบประมาณ	ทุกสำนัก/ฝ่าย
4	การนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ หรือต่อยอดสู่นวัตกรรม PMQA		✓	✓	✓	นวัตกรรม จำนวน 1 ชิ้น	ไม่ใช้งบประมาณ	คณะทำงานการจัดกรความรู้

แผนงานที่ 3 : การใช้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรแบ่งปันความรู้และประสบการณ์

จัดรูปแบบกระบวนการแลกเปลี่ยนทักษะและการถ่ายทอดประสบการณ์ภายใน/นอกองค์กร เพื่อเผยแพร่พัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการกิจ
องค์กรรวมถึงการตัดสินใจเพื่อเป็นข้อมูลในการทำงานขององค์กรต่อไป

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
1	จัดทำหลักสูตรการพัฒนาและเสริมทักษะสำหรับนักศึกษาฝึกงาน (Internship Program)	✓	✓	✓	✓	Internship Program จำนวน 1 หลักสูตร	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
2	จัดทำหลักสูตรสำหรับการพัฒนาและเสริมทักษะของเจ้าหน้าที่ของ สศส. (Orientation Program)		✓	✓	✓	Orientation Program จำนวน 1 หลักสูตร	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักบริหาร และพัฒนา องค์กร
3	จัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ในทุกระดับชั้น (Online Training)		✓	✓	✓	จัดทำหลักสูตรพัฒนาความรู้ให้เจ้าหน้าที่ จำนวน 2 หลักสูตร	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักบริหาร และพัฒนา องค์กร
4	จัดทำหลักสูตรเพื่อแบ่งปันและถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์มทั้งภายในและภายนอกสำนักงานผ่าน CEA Online Academy	✓	✓	✓	✓	จัดทำหลักสูตรความรู้ จำนวน 10 หลักสูตร	1.4800	สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
5	จัดกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ภายในสำนักงาน	✓	✓	✓	✓	จัดกิจกรรมแบ่งปันความรู้อย่างน้อย 4 ครั้ง/ปี	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักบริหาร และพัฒนา

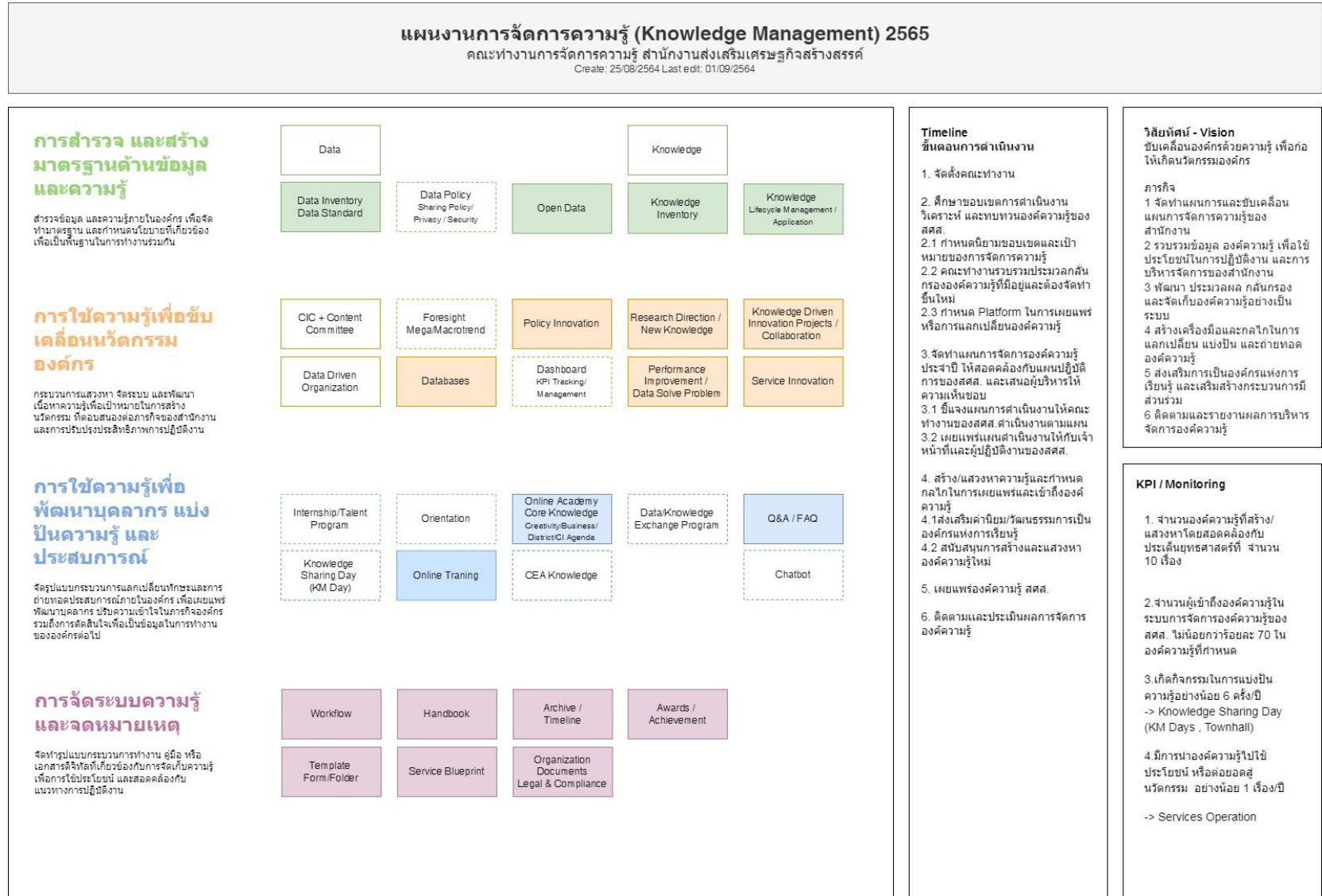
กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
								องค์กร/สำนัก พัฒนาองค์ ความรู้เศรษฐกิจ สร้างสรรค์/ สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์/ สำนักงาน ส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สาขา ขอนแก่น
6	จัดทำเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินการตอบข้อ ซักถามภายในองค์กร (Q&A, FAQ Chatbot)		✓	✓	✓	ระบบสำหรับตอบคำถาม Chatbot จำนวน 1 ระบบ	ไม่ใช้ งบประมาณ	ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ

แผนงานที่ 4 : การจัดระบบความรู้และจดหมายเหตุ

จัดทำรูปแบบกระบวนการทำงาน คู่มือ หรือเอกสารดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บความรู้เพื่อการใช้ประโยชน์ และสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงาน

กิจกรรม		ไตรมาสที่				ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
		1	2	3	4			
1	จัดทำคู่มือ / Template / Blueprint / Workflow เพื่อเป็นแนวปฏิบัติงานของแต่ละส่วนงาน		✓	✓	✓	เอกสารคู่มือ / Template / Blueprint / Workflow ของกระบวนการทำงานสำคัญของแต่ละสำนัก สำนักละ 2 เรื่อง	ไม่ใช้ งบประมาณ	ทุกสำนัก/ฝ่าย
2	พัฒนาระบบจดหมายเหตุและการจัดการองค์ความรู้ระบบ KM Service Touchpoint	✓	✓	✓	✓	ระบบใช้งานเบื้องต้น จำนวน 1 ระบบ	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
3	ควบคุมการบันทึก Timeline และจัดเก็บจดหมายเหตุที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓	✓	ระบบจัดเก็บข้อมูล จำนวน 1 ระบบ	ไม่ใช้ งบประมาณ	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

แผนภาพอธิบายแนวทางการดำเนินงาน ขับเคลื่อนองค์กรด้วยความรู้ เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมองค์กร



ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ของสำนักงานฯ เป็นเรื่องที่ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความรู้สามารถมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ รวมไปถึงความรู้ที่อยู่ในตัวของแต่ละบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความชำนาญที่แตกต่างกัน การจะทำให้องค์ความรู้สามารถคงอยู่กับสำนักงานฯ และไม่สูญหายนั้น จึงจำเป็นที่สำนักงานต้องดำเนินการจัดทำแผนเพื่อจัดการความรู้ ให้เป็นไปอย่างสมดุลโดยการจัดการสรรความรู้ให้สอดคล้องเข้าไปอยู่ในกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ในทุกระดับชั้น เพื่อให้สามารถดึงประเด็นชุดความรู้ที่สำคัญ และนำความรู้นั้นมาเผยแพร่แบ่งปัน เพิ่มประสบการณ์ระหว่างกันภายในสำนักงานฯ และเพื่อให้เกิดการต่อยอดความรู้ รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆในการทำงาน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนการจัดการความรู้ประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลักคือ

1. กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้น
2. การติดตามผลการดำเนินงานตามแผนและตัวชี้วัดที่กำหนดตามแผน

สศส. มุ่งเน้นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นให้เป็นการสร้างวัฒนธรรมใหม่ขององค์กรให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และแบ่งปัน และเพื่อให้แผนจัดการความรู้ที่วางไว้สามารถดำเนินการตามแผนที่ตั้งเป้าหมายไว้ จึงกำหนดให้ความสำคัญกับเรื่องการติดตามผลการดำเนินงาน ซึ่งคณะทำงานจัดการความรู้ทำหน้าที่ในการนำเสนอต่อคณะผู้บริหารของสำนักงานฯ ต่อไป

ภาคผนวก



คำสั่งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ที่ ๔๓/๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้

เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการความรู้ภายใต้การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับบทบาทภารกิจของสำนักงาน และกรอบแนวทางการดำเนินงานตามกระบวนการมาตรฐานของการจัดการความรู้

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๙ (๓) แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๖๑ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ โดยมีองค์ประกอบ และหน้าที่และอำนาจ ดังนี้

องค์ประกอบ

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. นางสาววิไลพร แก้วอนันต์ | คณะกรรมการ |
| ๓. นางสาวพัชรินทร์ พัฒนาบุญไพบูลย์ | คณะกรรมการ |
| ๔. นางสาวณัฐวีร์ แดงน้อย | คณะกรรมการ |
| ๕. นางสาวพัฒนิตา มิตรภักดี | คณะกรรมการ |
| ๖. นางสาวจินตนา ชูพรมงคล | คณะกรรมการ |
| ๗. นางสาวจันทร์ทนา ล้อจิตรอำนวย | คณะกรรมการ |
| ๘. นางบุญธิดา สุรทินธนากร | คณะกรรมการ |
| ๙. นายปิ่นธวัฒน์ ปาลรัตน์ฐนนท์ | คณะกรรมการ |
| ๑๐. นายภควัต วงศ์ไทย | คณะกรรมการ |
| ๑๑. นางสาวน้ำฝน ยุธยาตร์สัมพันธ์ | คณะกรรมการ |
| ๑๒. นางสาววิภาวรรณ สุดสง่า | คณะกรรมการ |
| ๑๓. นางสาวณฐาธิป มอญสิน | คณะกรรมการและเลขานุการ |
| ๑๔. นางสาวธนภรณ์ ไชยฤกษ์ | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

/หน้าที่และอำนาจ...

หน้าที่และอำนาจ

๑. จัดทำแผนการจัดการความรู้ของสำนักงาน และขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมตามแผนที่กำหนดไว้
 ๒. รวบรวมข้อมูล องค์ความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้เพื่อใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานและการบริหารจัดการของสำนักงาน
 ๓. พัฒนา ประมวลผล กลั่นกรอง และจัดเก็บองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อเผยแพร่ให้บุคลากรนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานที่ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 ๔. สร้างเครื่องมือและกลไกในการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน และถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เชื่อมโยงทุกส่วนงานในสำนักงาน โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมการจัดการความรู้
 ๕. ส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และเสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงานให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 ๖. ติดตามและรายงานผลการบริหารจัดการองค์ความรู้ และรายงานผลต่อผู้อำนวยการสำนักงาน เพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี
 ๗. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ตามที่ได้รับมอบหมาย
- ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(นายอภิสิทธิ์ ไส้ตुरुไกล)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒๙ ก.ค. ๖๔ เวลา ๑๖:๓๕:๐๕ Non-PKI Server Sign

Signature Code : MgAzA-EIANA-BFADk-AOQBB