

แผนงานพัฒนาผู้องค์กรแห่งการเรียนรู้
ศูนย์การศึกษาและวิจัยตราสินค้า
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**โครงการบริหารจัดการความรู้ในองค์กรศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ประจำปีการศึกษา 2549-2550**

1. หลักการและเหตุผล

ภายใต้กระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคและจุลภาค และการที่เป็นโลกแห่งการเรียนรู้ โลกแห่งภูมิปัญญา (Knowledge Based Economy) การที่องค์กรใด หรือผู้ใดจะคิดหรือตัดสินใจกระทำกรใด ๆ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ องค์ความรู้ และภูมิปัญญาของมนุษย์ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน องค์กรจะคิดถึงเฉพาะการเรียนรู้เพื่อการอยู่รอด (Survival Learning) เพียงอย่างเดียวคงอาจจะไม่เพียงพออีกต่อไป จะต้องเรียนรู้เพื่อความเจริญเติบโต (Generative Learning) และก้าวหน้าอย่างมั่นคงอย่างยั่งยืน (Sustainable) จึงถือว่าองค์กรนั้นประสบความสำเร็จ โดยกลยุทธ์ที่สำคัญคือ พัฒนาการไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 ระบุในมาตรา 11 ดังนี้ “ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติราชการของส่วนราชการให้สอดคล้องกับการบริหารราชการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ตามพระราชกฤษฎีกานี้”

และจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมของระบบราชการ จำเป็นต้องสร้างรูปแบบกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงให้เกิดขึ้น การจัดการกับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ รู้ทันโลก และปรับตัวทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินเกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ส่วนราชการจะต้องจัดให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ภายในองค์กร การปฏิบัติงานเชิงรุก กล่าวคือ การปฏิบัติงานเต็มกำลังความสามารถ และมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ การสร้างองค์ความรู้และทักษะใหม่ ๆ ให้กับข้าราชการ เพื่อเพิ่มทักษะในการบริหารจัดการเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

จากเหตุผลความจำเป็นดังกล่าวศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จึงเห็นควรวินิจฉัยจัดทำโครงการบริหารจัดการความรู้ในองค์กรขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบริหารจัดการองค์ความรู้ในองค์กร การจัดเก็บ รวบรวมองค์ความรู้ ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้ในองค์กรอย่างเป็นระบบ สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ และการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้าและมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดระบบการบริหารจัดการความรู้ในองค์กรของศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ให้มีความรู้ความเข้าใจตลอดจนทักษะในการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร

3. วิธีดำเนินงาน

1. แต่งตั้งคณะทำงานการพัฒนาระบบบริหารความรู้ในองค์กร ซึ่งเป็นทีมหลักประกอบด้วยตัวแทนของแต่ละหน่วยงาน เพื่อเป็นแกนหลักในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมต่างๆ และกระจายความรู้ไปสู่หน่วยงานย่อยๆ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นในหลากหลายมุมมอง เพื่อนำมาพัฒนาโครงการ
2. ประชุมคณะทำงานฯ จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาระบบบริหารความรู้ในองค์กร ปีการศึกษา 2549-2550
3. นำเสนอแผนปฏิบัติการพัฒนาระบบบริหารความรู้ในองค์กร ปี 2549-2550 ให้ผู้บริหารเห็นชอบ
4. ดำเนินการตามแผนฯ
5. การติดตามประเมินผลโครงการ

4. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ก. การเตรียมการ

1. สื่อสารสร้างความเข้าใจการจัดการองค์ความรู้ในองค์กร
2. การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้และการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร

3. การประเมินศักยภาพขององค์กร

4. กำหนดแนวทางการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร

ข. การดำเนินงาน

ดำเนินการตามแนวทางการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร

ค. การติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

(รายละเอียดตามแผนปฏิบัติการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร ประจำปี 2548)

5. ระยะเวลา

ตุลาคม 2547 - กันยายน 2548

6. ผู้รับผิดชอบ

คณะทำงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

7. ผลผลิต

1. ได้แนวทางการการบริหารจัดการความรู้ในองค์กรของศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
2. ผู้บริหาร และบุคลากรในองค์กรได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพสูงขึ้น

8. ผลลัพธ์

ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีแนวทาง และพลังขับเคลื่อนในการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ และการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ในอนาคต

