



**คู่มือ
คำนิยามและวัฒนธรรมองค์กร
ประจำปี 2566-2570
(ทบทวนปี 2569)**

กองทรัพยากรบุคคล ฝ่ายบริหาร
องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

คำนำ

ด้วยวิสัยทัศน์ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) “ขยายตลาด เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรอย่างยั่งยืน” โดยมีพันธกิจในการพัฒนาและขยายบริการตลาดกลางสินค้าเกษตรเพื่อเกษตรกรสนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อถือด้านคุณภาพ ตลอดจนเพิ่มตลาดสินค้าเกษตรใหม่ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตและมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าภายใต้แบรนด์ อ.ต.ก. ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับ ตลอดจนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ ประกอบกับสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างโอกาสทางการค้าและรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร ซึ่งการจะผลักดันให้วิสัยทัศน์ และพันธกิจสำเร็จได้อย่างยั่งยืน อ.ต.ก. จำเป็นต้องกำหนด “ค่านิยม” เพื่อเป็นแนวทางหรือรากฐานในการสร้างพฤติกรรมร่วมที่ดีของบุคลากรทุกคนในองค์กรผ่านกระบวนการเสริมสร้างการรับรู้ เข้าใจ ยอมรับและยึดถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กรในที่สุด

การปลูกฝังค่านิยมองค์กรให้เกิดผลเป็นรูปธรรม เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการพัฒนาองค์กรในปัจจุบัน ค่านิยมเป็นหลักการชี้นำพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรที่ต้องแสดงออกร่วมกัน เป็นตัวสนับสนุนในการตัดสินใจปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติของบุคลากร เพื่อรักษาจุดแข็งในการดำเนินงานของ อ.ต.ก. ไว้ให้คงอยู่ และให้บุคลากรหลายช่วงวัย หลากหลายประสบการณ์ ได้มีจุดร่วมในการปฏิบัติงานให้ประสานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ด้วยหลักการข้างต้น จึงมีความจำเป็นที่บุคลากรทุกระดับต้องให้ความสำคัญและประพฤติปฏิบัติตนตามค่านิยม อ.ต.ก. อันจะเป็นการช่วยยกระดับการปฏิบัติงานของบุคลากรให้สามารถขับเคลื่อน อ.ต.ก. ไปสู่เป้าหมาย เพื่อตอบสนองต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของ อ.ต.ก. ได้อย่างยั่งยืน

คณะทำงานฯ
๗ เมษายน ๒๕๖๙

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

บทนำ

๑-๖

- ความสำคัญของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์
- กระบวนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- แนวทางการขับเคลื่อนและส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการขับเคลื่อนแผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- การติดตามผลและประเมินผลการขับเคลื่อนแผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- รายงานผล

ความหมาย ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร

๗-๑๐

- ข้อมูลพื้นฐานองค์กร
- วิสัยทัศน์ และพันธกิจ
- ค่านิยมหลัก อ.ต.ก. (Core Value) / วัฒนธรรมองค์กร และสัญลักษณ์ (Logo)

พฤติกรรมพึงประสงค์ (Do) และไม่พึงประสงค์ (Don't)

๑๑-๑๔

หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ
(Core Business Enablers)

๑๔-๑๙

การขับเคลื่อนค่านิยม MeRICH ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน

๑๙-๔๐

เอกสารอ้างอิง

บทนำ

ทำไมต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กร?

เนื่องจากองค์กรต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารให้ทันสมัยทันต่อสถานการณ์ของโลกทำให้องค์กรต้องตื่นตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง (Change) ถ้าคนคนในองค์กรขาดคุณภาพองค์กรก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้ ฉะนั้นวัฒนธรรมองค์กรจึงเปรียบเสมือนรากแก้ว ซึ่งจะเป็นตัวหลักต้นและขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ ที่กำหนดไว้ โดยบุคลากรในองค์กรต้องช่วยกันดูแลและเสริมสร้างให้วัฒนธรรมสอดคล้อง กับทิศทางขององค์กร เพื่อนำพาองค์กรไปสู่อนาคต รวมถึงการสร้างค่านิยม (Core Value) ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมในการทำงาน แนวปฏิบัติ ชุดความคิด และกรอบความคิดหลัก ที่แสดงความเชื่อและอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กร อันเป็นคำอธิบายว่าองค์กรของเราเป็นใคร ให้ความสำคัญเรื่องอะไรเป็นหลัก และเป้าหมายหลักขององค์กรคืออะไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะถูกใช้เป็นบรรทัดฐานและเครื่องยึดเหนี่ยวให้กับบุคลากร เพื่อใช้เป็นพฤติกรรมในการทำงาน พิจารณาการกระทำของตนเองอย่างมีเหตุผล หรือช่วยในการตัดสินใจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ สิ่งใดผิดหรือสิ่งใดถูก เรื่องดีหรือไม่ดี มีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า ควรทำหรือไม่ควรทำ อันช่วยสะท้อนทัศนคติของบุคลากรรวมถึงองค์กรที่มีต่อสิ่งของ ความคิด และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่า และความถูกต้องของสังคม

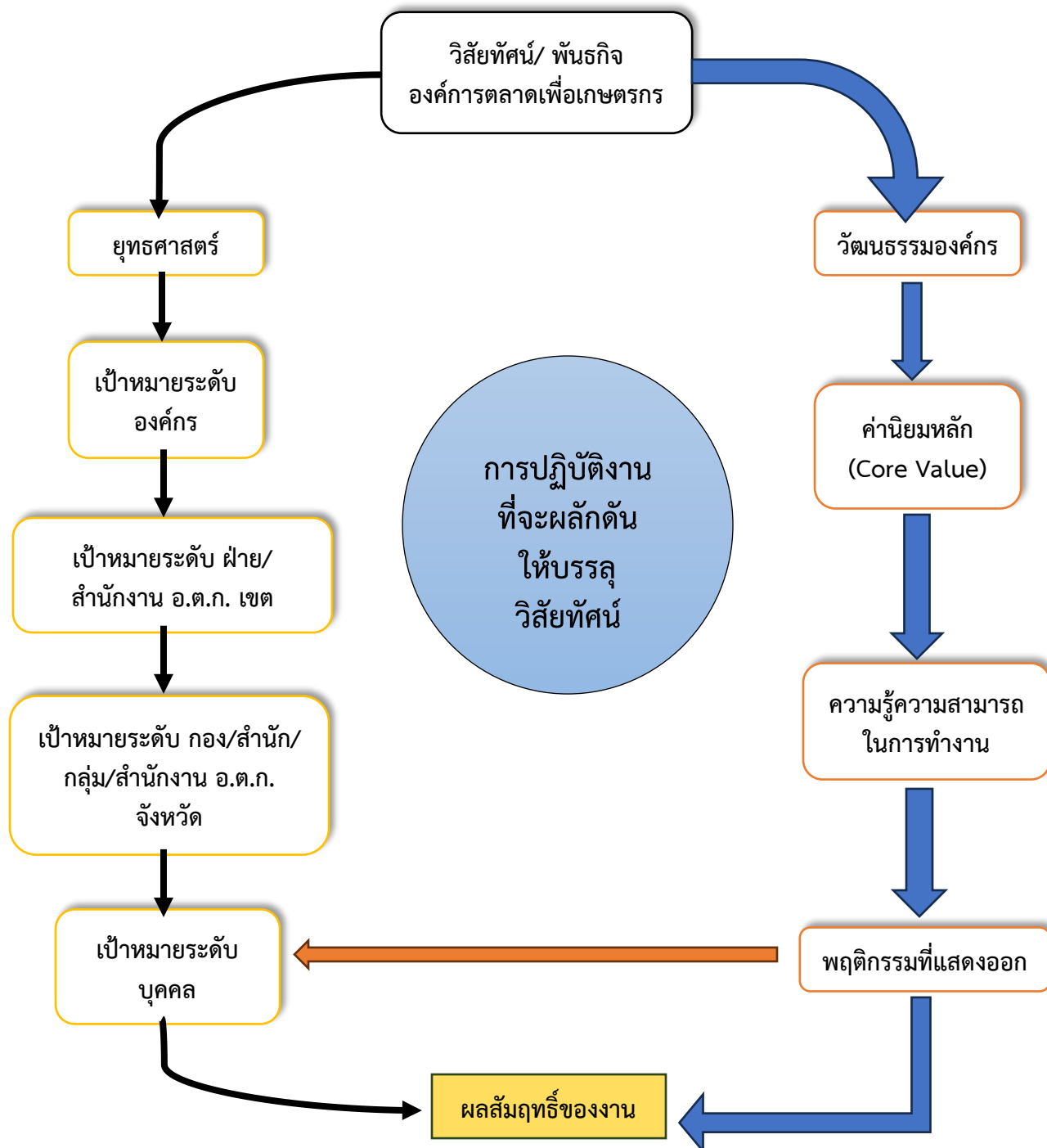
ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรสำคัญอย่างไร?

ตามเกณฑ์การประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) กำหนดให้รัฐวิสาหกิจเสริมสร้างค่านิยมองค์กร (Core Value) ผ่านการกำหนดพฤติกรรมพึงประสงค์ และพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ โดยจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บุคลากรทุกระดับได้ตระหนักและปฏิบัติตนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ทั้งนี้การสร้างค่านิยมขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร คือ “Me R I C H”

ทำไมจึงต้องเรียนรู้ค่านิยม?

ประโยชน์ต่อบุคคล	ประโยชน์ต่อองค์กร
๑. บุคลากรสามารถปรับตัวให้เข้ากับองค์กรได้ง่ายขึ้นและสามารถใช้ชีวิตอย่างราบรื่นและมีความสุข เนื่องจากมีแบบแผนทั้งพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (Do) และพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ (Don't) ที่ชัดเจนทำให้ตัดสินใจได้ว่าสิ่งใดผิดหรือสิ่งใดถูก เป็นต้น ๒. บุคลากรเห็นทิศทาง เข้าใจแนวทางในการทำงานขององค์กรที่ชัดเจน และปฏิบัติตามพฤติกรรมร่วมขององค์กร พร้อมทั้งให้งานบรรลุผลสัมฤทธิ์และมุ่งสู่ความก้าวหน้า	๑. ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล ๒. เสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่สอดคล้องกัน ๓. เกิดแบบแผนและมาตรฐานชัดเจนในการผลักดันให้บุคลากรประพฤติตนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และบรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ และยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์กับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร



กระบวนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

กำหนดค่านิยม จากปัจจัย ความสำเร็จ

- กำหนด “ค่านิยม” และ “วัฒนธรรม” จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

สื่อสารค่านิยม ให้กลายเป็น พฤติกรรม

- ประกาศค่านิยม
- กำหนดพฤติกรรมพึงประสงค์และพฤติกรรมไม่พึงประสงค์
- เผยแพร่คู่มือค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
- รณรงค์ ติดตาม และประเมินผลการรับรู้

เสริมสร้าง พฤติกรรมตาม ค่านิยม

- ปลุกฝังพฤติกรรมตามค่านิยม
- ยกย่องบุคลากรที่มีพฤติกรรมดีเด่น และมีแนวทางชื่นชมในรูปแบบต่างๆ

สร้างหลักประกัน ให้เกิดความ ต่อเนื่อง

- การเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวคิด และพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นตามค่านิยม

แนวทางการขับเคลื่อนและส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

แนวทางการขับเคลื่อนและส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ให้กลายเป็นวัฒนธรรมที่ถาวร แบ่งออกเป็น ๔ มาตรการ ตามแนวคิดของ Edgar Schein ประกอบด้วย

๑. กระบวนการคัดสรรบุคลากร (ASA: Attraction-Selection-Attrition) เพื่อให้บุคลากรที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกันทำงานอยู่ร่วมกันในองค์กร ซึ่งแบ่งเป็น ๓ ประเด็น

- **การดึงดูด (Attraction)** องค์กรจะดึงดูดคนที่มีคุณสมบัติที่สอดคล้องตามคุณสมบัติและคุณลักษณะที่วางไว้ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขา ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ สมรรถนะ
- **การคัดเลือก (Selection)** องค์กรจะคัดเลือกคนที่มีคุณลักษณะเฉพาะตามที่ต้องการมากขึ้น ทำให้บุคลากรที่เข้ามาทำงานมีลักษณะใกล้เคียงกับบุคคลที่อยู่ในองค์กร
- **การขจัดออก (Attrition)** บุคคลมีลักษณะที่แตกต่างจากคนในองค์กร เช่น มีพฤติกรรม ความคิดความเชื่อ สมรรถนะ หรือผลการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดจะออกไปจากองค์กรในที่สุด

สิ่งที่องค์กรดำเนินการ

- **การดึงดูด:** การสร้าง Employer Branding ให้เป็นที่ทราบถึงคุณลักษณะของบุคลากร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร กำหนดคุณสมบัติและคุณลักษณะของบุคลากรที่องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรต้องการ
- **การคัดเลือก:** คัดเลือกโดยใช้พฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือสมรรถนะเป็นองค์ประกอบ
- **การขจัดออก:** การสื่อสารและการประเมินผล บุคลากรที่มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับองค์กร จะได้รับการสนับสนุน สำหรับผู้ที่ไม่สามารถปรับตัวได้จะออกไปทั้งโดยธรรมชาติ และการดำเนินการขององค์กร

๒. หลักสูตรสำหรับบุคลากรใหม่ (New Employee Onboarding) การสื่อสารกับบุคลากรใหม่ มีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นการปลูกฝังความคาดหวังขององค์กรตั้งแต่เริ่มแรก และผู้ปฏิบัติเข้าใจ พร้อมมีแนวทางประพฤติปฏิบัติให้สอดคล้องกับความคาดหวัง

สิ่งที่องค์กรดำเนินการ กำหนดเนื้อหาที่อธิบาย ถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรลงในหลักสูตรสำหรับบุคลากร

๓. **ภาวะผู้นำ (Leadership)** ผู้นำกับภาวะผู้นำ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรในการทำงานประจำวัน ผู้ได้บังคับบัญชาไม่เพียงแต่ฟังว่าผู้บังคับบัญชาพูดว่าอะไร แต่ยังดูถึงพฤติกรรมและความเอาใจจริงเอาใจในสิ่งต่างๆ เพียงใด ดังนั้น หากผู้นำมีความคิด ความเชื่อ และการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรก็จะทำให้การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรเป็นไปโดยราบรื่นอย่างเป็นธรรมชาติ การสร้างทีมที่กระตุ้นการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) **หัวใจสำคัญของการสร้างวัฒนธรรมองค์กร คือ ความต่อเนื่องในการปฏิบัติ ความท้าทาย คือ การเปลี่ยนแปลงในช่วงแรกๆ ขององค์กร** ดังนั้น กลุ่มบุคคลที่จะนำการเปลี่ยนแปลงแล้วจูงใจให้ผู้อื่นเปลี่ยนแปลงตาม จึงนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทีมนำการเปลี่ยนแปลงในเรื่องนั้นๆ ต้องได้รับการคัดเลือกเป็นอย่างดีเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องนั้นๆ

สิ่งที่องค์กรดำเนินการ ที่จะสอดแทรกวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในวิถีปฏิบัติของผู้นำทุกระดับ รวมทั้งหลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำ

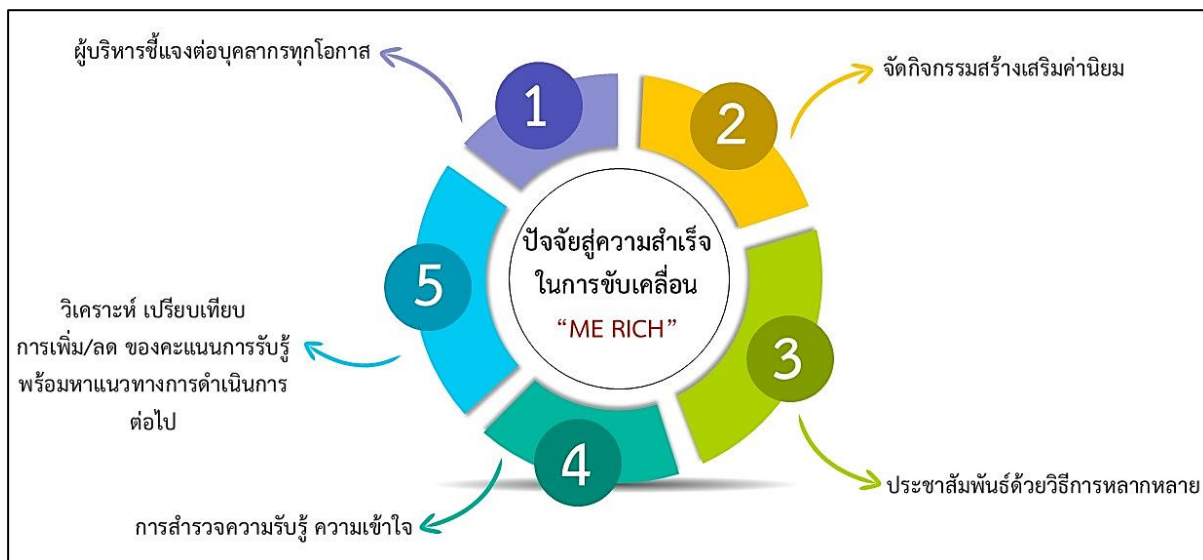
๔. **ระบบผลตอบแทน (Reward Systems)** วัฒนธรรมองค์กรมีส่วนถูกกำหนดโดยระบบการให้ผลตอบแทนด้วยเช่นกัน องค์กรสามารถใช้พฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการประเมินผลตอบแทนหรือการลงโทษ อาจอยู่ในรูปของผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือไม่เป็นรูปธรรม ซึ่งจะทำให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมไปยังทิศทางที่กำหนดไว้

สิ่งที่องค์กรดำเนินการ ออกแบบระบบประเมินผล ผลตอบแทน การฝึกอบรมและพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการขับเคลื่อนแผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรม

การขับเคลื่อนแผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จะประสบผลสำเร็จต้องมีการถ่ายทอดค่านิยมอย่างต่อเนื่องในทุกระดับ ดังนี้

๑. ผู้บริหารต้องชี้แจงต่อบุคลากรทุกโอกาส
๒. การจัดทำกิจกรรมสร้างเสริมค่านิยม
๓. การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการหลากหลาย
๔. การสำรวจการรับรู้ ความเข้าใจ ในค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
๕. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ การเพิ่ม/ลดของคะแนนการรับรู้ พร้อมหาแนวทางดำเนินการในปีต่อไป



การติดตามและประเมินผลการขับเคลื่อนแผนการส่งเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

การขับเคลื่อนแผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมของบุคลากรองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร การวัดผลความสำเร็จสำหรับการส่งเสริมค่านิยม จำเป็นต้องมีการติดตามประเมินผลเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะช่วยให้ผู้รับผิดชอบพิจารณาหาแนวทางแก้ไขต่อไป การติดตามประเมินผลจะต้องอาศัยตัวชี้วัดความสำเร็จในหลายมิติ ส่วนหนึ่งได้กำหนดไว้แล้วในแผนขับเคลื่อนค่านิยม

- (๑) ติดตามผลการดำเนินงานตามกิจกรรมที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง เพื่อวัดระดับ การรับรู้ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของบุคลากรในระดับรายบุคคล เพื่อสรุปและจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการวัดผลสำเร็จในระดับต่อไป
- (๒) พัฒนาระบบติดตามประเมินผลที่เหมาะสม ด้วยเทคนิคและวิธีการต่างๆ อย่างหลากหลาย

การรายงานผล

รายงานผลการดำเนินงานแก่ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการ และ/หรือ คณะอนุกรรมการบริหารทุนมนุษย์ เป็นประจำทุกปี

ความหมาย...



ความหมาย ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร

ค่านิยม (Values) เป็นความคิดและพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่เห็นว่า เป็นสิ่งที่มีคุณค่า ยอมรับมาปฏิบัติตามและวางแผนไว้ระยะหนึ่ง ค่านิยมมักเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัย และความคิดเห็นของคนในสังคม

ค่านิยมจึงเป็นมาตรฐานการเรียนรู้ การประเมิน การเลือกและการตัดสินใจของบุคคล ว่าควรทำหรือไม่ควรทำ มีค่าหรือไม่มีค่า สำคัญหรือไม่สำคัญ นอกจากนี้ ค่านิยมยังทำหน้าที่เป็นตัวกำหนด เป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจให้บุคคลมุ่งสู่เป้าหมายที่ต้องการ มีผู้ให้ความหมายของค่านิยม อย่างหลากหลาย อาทิ เช่น

- ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่บุคคลหรือสังคมยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง (ราชบัณฑิตยสถาน)
- ค่านิยม หมายถึง แนวความประพฤติหรือสภาพของการกระทำใดๆ ที่บุคคล หรือสังคมนิยมชมชอบ และเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าควรแก่การประพฤติปฏิบัติ จึงยอมรับยึดถือมาเป็นแนวทางประพฤติอย่างสม่ำเสมอ หรืออย่างน้อยก็ชั่วระยะหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเองหรือสังคม (พระมหาอดิสร ธิรสีโล, ๒๕๔๐ อ้างถึงใน ค่านิยมในการทำงาน, ม.ป.ป.)
- ค่านิยม หมายถึง ความเชื่อของบุคคลส่วนใหญ่ ซึ่งเชื่อว่าสิ่งหนึ่งมีความสำคัญ และเป็นสิ่งที่ปรารถนา การประพฤติปฏิบัติที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับนั้นย่อมมีค่านิยมของสังคมแฝงอยู่ภายใน หรือการประพฤติปฏิบัติที่บุคคลใดมีความพึงพอใจย่อมมีค่านิยมของบุคคลนั้นแฝงอยู่ภายในด้วย (ฤกษ์ชัย คุณูปการ, ๒๕๓๙ อ้างถึงใน ค่านิยมในการทำงาน, ม.ป.ป.)

ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปว่า ค่านิยม คือ เจตคติ ความคิด ความชอบ ความเชื่อ พฤติกรรม และสิ่งอื่นที่คนในสังคมเห็นว่า มีคุณค่า มีความสำคัญ จึงยอมรับยึดถือมาเป็นแนวทางประพฤติอย่างสม่ำเสมอ หรืออย่างน้อยก็ชั่วระยะหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเองหรือสังคม โดยค่านิยมของสังคมก็คือค่านิยมร่วมของกลุ่มบุคคลในสังคมนั้นๆ ซึ่งแฝงอยู่ภายในความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และเจตคติของแต่ละบุคคล

ค่านิยมหลัก (Core Values) เป็นหลักการและพฤติกรรมชั้นนำที่สื่อถึงความคาดหวังให้องค์กร และบุคลากรปฏิบัติตาม ค่านิยมหลักขององค์กรจะสะท้อนและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ ตลอดจนเป็นแนวทางชั้นนำและสนับสนุนการตัดสินใจของบุคลากรทุกคน เพื่อช่วยให้ องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจด้วยวิธีการที่เหมาะสม (สำนักงาน กพ. , ๒๕๕๗ ; ธนากรอาคารสงเคราะห์, ๒๕๕๗) นอกจากนี้ค่านิยมหลักยังช่วยสร้างบรรยากาศที่กลมเกลียว และกลมกลืนในการทำงานและแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้เกิด Organizational Fit ด้วย

วัฒนธรรม...

วัฒนธรรม หมายถึง พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ ผลิต สร้างขึ้นด้วยกัน เรียนรู้ จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕)

วัฒนธรรมองค์กร คือ แบบแผนการประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ และพิธีกรรมต่าง ๆ ที่สมาชิกภายในองค์กรกระทำหรือจัดให้มีขึ้น ซึ่งมีรากฐานมาจากค่านิยม ความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ ที่สมาชิกมีส่วนร่วม อันเนื่องมาจากการได้เห็น ได้เรียนรู้จากสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรและผลที่ตามมา ร่วมกัน การเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่าบุคคลควรจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้ ต่อสภาพแวดล้อมในแต่ละสถานการณ์ ที่เผชิญอย่างไร หรืออาจสรุปสั้น ๆ ได้ว่า : วัฒนธรรมองค์กร ก็คือ พฤติกรรมที่สร้างขึ้นจากคนในองค์กร โดยมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และยึดถือปฏิบัติกันมาจนเป็น ธรรมเนียมปฏิบัติในองค์กรนั้นๆ

❖ ข้อมูลพื้นฐานองค์กร

อ.ต.ก. ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปลายปี ๒๕๑๗ ในขณะนั้น อ.ต.ก. ไม่มีสำนักงานเป็นของตนเอง โดยอาศัยสถานที่ของกรมวิชาการเกษตร ที่ตึกกรมสิทธิกรม (เดิม) ต่อมาปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น ทำให้สถานที่คับแคบ จึงได้ย้ายไปเช่าตึกเอกชน ณ อาคารเลขที่ ๑๓๕/๑ ซอยกระทรวงสาธารณสุข ถนนสามเสน กรุงเทพฯ

เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๑๘ ในปีงบประมาณ ๒๕๑๘ คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติให้ อ.ต.ก. เช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน ๔๒ ไร่เศษ ในบริเวณย่านพหลโยธิน อ.ต.ก. ได้รับงบประมาณสร้าง อาคารสำนักงานเป็นตึก ๓ ชั้น แล้วเสร็จเมื่อวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๒๐ พร้อมทั้งได้สร้างตลาดกลางพหลโยธิน และคลังสินค้า จำนวน ๔ หลัง แล้วเสร็จ เมื่อวันที่ ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๒๐ ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๕๒๙ อ.ต.ก. ได้ก่อสร้างสำนักงานใหม่อีกหลังหนึ่งเป็นอาคาร ๖ ชั้น ซึ่งใช้เป็นสำนักงานจนถึงปัจจุบัน

➤ วิสัยทัศน์

“ขยายตลาด เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรอย่างยั่งยืน”

➤ พันธกิจ

๑. พัฒนาและขยายบริการตลาดกลางสินค้าเกษตรเพื่อเกษตรกรสนับสนุนและส่งเสริม สินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อถือด้านคุณภาพ
๒. ขยายตลาดสินค้าเกษตรเดิมของไทย และเพิ่มตลาดสินค้าเกษตรใหม่
๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย ผลผลิตและมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ
๔. พัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าภายใต้แบรนด์ อ.ต.ก. ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับ
๕. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่
๖. สร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้ง ในและต่างประเทศ สร้างโอกาสทางการค้าและรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

❖ ค่านิยมหลัก อ.ต.ก. (Core Value)

Me : Marketing & Agriculture Product Export	หมายถึง เชี่ยวชาญการค้า การตลาดและสินค้าเกษตรคุณภาพ
R : Rapport	หมายถึง ภาคภูมิใจในองค์กร รวมพลังเป็นหนึ่งเดียว
I : Innovation	หมายถึง สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ มุ่งสู่ความสำเร็จ
C : Change	หมายถึง เปิดใจกว้าง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
H : Honesty	หมายถึง มีจิตบริการ ยึดมั่นคุณธรรม



❖ วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) อ.ต.ก.

“วัฒนธรรมองค์กร” เป็นวิถีชีวิตที่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ซึ่งจะกลายเป็นนิสัยความเคยชิน และกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีประพฤติปฏิบัติ ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งภาษา วัตถุสิ่งของต่างๆ วัฒนธรรมทำให้คนรวมตัวกันเป็นสังคม มีการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ ผลของวัฒนธรรมจะออกมาในรูปจริยธรรม ตลอดจนค่านิยมที่ใช้ในการตัดสินใจ หรือวินิจฉัยสั่งการจริยธรรมองค์กร ถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรก้าวหน้า และส่งผลให้องค์กรได้รับความเชื่อถือจากสังคม ดังนั้น องค์กรทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นภาครัฐราชการ ภาครัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำจริยธรรมมาใช้ในการบริหารและแก้ไขปัญหาองค์กรอย่างถูกวิธี เพื่อให้ได้รับความเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี อันนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศ และความก้าวหน้าในระยะยาวขององค์กร

องค์การตลาดเพื่อ...

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ได้วางแผนส่งเสริมวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งมีนิยามว่า “มุ่งมั่นพัฒนาตลาดเกษตรคุณภาพ สร้างสรรค์นวัตกรรมและบริการ เพื่อประโยชน์ที่ยั่งยืนของเกษตรกรไทย” โดยการสร้าง “ค่านิยมหลัก” เพื่อผลักดันและเปลี่ยนแปลงความเชื่อ พฤติกรรมของคนในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรยอมรับเป็นรูปแบบของการสร้างค่านิยมร่วม ความเชื่อ และความคาดหวังร่วมกันที่กำหนดวิถีทางให้บุคลากรในองค์กรแสดงพฤติกรรมซึ่งจะนำไปสู่บรรทัดฐาน จากค่านิยมและวัฒนธรรมจะเห็นว่าเป็นสิ่งเกี่ยวเนื่องกัน โดยมีค่านิยมเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญซึ่งเป็นรากฐานพฤติกรรมที่บุคลากรขององค์กร เห็นว่า มีคุณค่า ยอมรับ และยึดถือปฏิบัติตามอย่าง ต่อเนื่องจนกลายเป็นแบบแผนเฉพาะขององค์กร ซึ่งการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจ และวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นแรงผลักดันอันเข้มแข็งที่ทำให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน ตามวัฒนธรรมองค์กร ดังนี้

“มุ่งมั่นพัฒนาตลาดเกษตรคุณภาพ สร้างสรรค์นวัตกรรมและบริการ เพื่อประโยชน์ที่ยั่งยืนของเกษตรกรไทย”

โดยค่านิยมนี้สะท้อนองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

๑. "มุ่งมั่นพัฒนาตลาดเกษตรคุณภาพ" - สอดคล้องกับวัฒนธรรม Me (Marketing & Agriculture Product Expert) รวมทั้งวิสัยทัศน์ในการขยายตลาดที่มีเป้าหมายเชิงรุกและต้องการความเชี่ยวชาญด้านการตลาด
๒. "สร้างสรรค์นวัตกรรมและบริการ" - สะท้อนกับค่านิยม I (Innovation) และ C (Change) และมีนัยยะถึงการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ รวมทั้งวิสัยทัศน์ เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
๓. "เพื่อประโยชน์ที่ยั่งยืนของเกษตรกรไทย" - แสดงถึงวัฒนธรรม H (Honesty) ที่กำหนดให้บุคลากรซื่อสัตย์ และรักษามูลประโยชน์ขององค์กรและเกษตรกรเป็นสำคัญ รวมทั้งวิสัยทัศน์ยกระดับรายได้เกษตรกรอย่างยั่งยืน

❖ สัญลักษณ์ (LOGO)



สีเขียว หมายถึง เกษตรกร

สีทอง หมายถึง ความรุ่งเรือง

ความหมายของรูปภาพ บุคลากรของ อ.ต.ก. ที่มีวัฒนธรรมองค์กรตาม “ME RICH” สามารถช่วยเกษตรกรให้จุดประกายความคิดในการจัดการด้านตลาด หาช่องทาง การขายสินค้า และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรดีขึ้น อย่างไม่มีที่สิ้นสุด (Infinity)

เพื่อให้เป็น...

เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางของค่านิยม Me RICH ไปในทิศทางเดียวกัน จึงได้กำหนดพฤติกรรมให้บุคลากรองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ได้ปฏิบัติได้ ดังนี้

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	
พฤติกรรมพึงประสงค์ (DO)	พฤติกรรมไม่พึงประสงค์ (DON'T)
	
DO	DON'T

การกำหนดแนวทาง ME RICH ให้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลให้พนักงานประพฤติและปฏิบัติตามบรรทัดฐานของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างถูกต้อง เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการบรรลุผลทางวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

พฤติกรรม...

พฤติกรรม DO & DON'T

๑. Marketing & Agriculture Product Expert (ความเชี่ยวชาญการค้า การตลาด และสินค้าเกษตรคุณภาพ)

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

๑. ติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตรอย่างสม่ำเสมอ
๒. พัฒนาความรู้ด้านการตลาดและมาตรฐานสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง
๓. สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้าที่เข้มแข็ง
๔. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร
๕. ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตรอย่างเคร่งครัด

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

๑. ละเลยการตรวจสอบคุณภาพสินค้า
๒. ปฏิเสธการเรียนรู้เทคโนโลยีการตลาดใหม่ๆ
๓. เพิกเฉยต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค
๔. ไม่ใส่ใจในการพัฒนาทักษะด้านการตลาด
๕. ไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๒. Rapport (ภาคภูมิใจในองค์กร การรวมพลังเป็นหนึ่งเดียว)

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

๑. ประสานงานและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับเพื่อนร่วมงาน
๒. รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นด้วยความเคารพ และเท่าเทียม
๓. ให้ความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม แม้ไม่ใช่งานในหน้าที่โดยตรง
๔. มีความภาคภูมิใจในองค์กร พร้อมสนับสนุน ช่วยเหลือหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานเมื่อมีโอกาส
๕. มีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

๑. ปิดกั้นการสื่อสารหรือกักเก็บข้อมูลไว้คนเดียว
๒. ขาดการทำงานเป็นทีม ขาดการมีส่วนร่วม
๓. ปฏิเสธการทำงานร่วมกับเครือข่าย หรือ ไม่ให้ความช่วยเหลือหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน
๔. ปิดกั้นความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน
๕. สั่งให้ทำโดยเน้นผลลัพธ์เท่านั้น ไม่ใส่ใจในวิธีการ ไม่ให้คำปรึกษา แนะนำ สนับสนุน

๓. Innovation (สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ มุ่งสู่ความสำเร็จ)

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

๑. นำเสนอแนวคิดหรือวิธีการใหม่ๆ ในการพัฒนางานอย่างสร้างสรรค์
๒. แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ด้านนวัตกรรมกับเพื่อนร่วมงานและองค์กรอื่น
๓. ศึกษาและเรียนรู้แนวทางการพัฒนานวัตกรรมอยู่เสมอ
๔. สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของทีมงาน
๕. สร้างสรรค์วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

๑. ปฏิเสธการเปลี่ยนแปลง หรือ วิธีการทำงานใหม่ๆ และไม่มีแนวคิดในการพัฒนางานที่สร้างสรรค์
๒. ขัดขวางความคิดสร้างสรรค์ของผู้อื่น
๓. มองข้ามโอกาสในการพัฒนานวัตกรรม
๔. ยึดติดกับวิธีการทำงานแบบเดิม
๕. ละเลยการพัฒนาตนเอง

๔. Change (เปิดใจกว้าง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง)

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

๑. เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลง
๒. ปรับตัวกับสถานการณ์ใหม่อย่างรวดเร็ว
๓. เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
๔. มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง
๕. เตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

๑. ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
๒. แสดงทัศนคติเชิงลบต่อการเปลี่ยนแปลง
๓. หลีกเลี่ยงการเรียนรู้สิ่งใหม่
๔. ละเลยการพัฒนาตนเอง
๕. หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ

๕. Honesty (มีจิตบริการ อ่อนน้อมถ่อมตน ยึดมั่นคุณธรรม)

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

๑. ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์และโปร่งใส
๒. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ
๓. รักษาผลประโยชน์ขององค์กร
๔. รายงานข้อมูลตามความเป็นจริง
๕. รักษาความลับขององค์กร

➤ ลักษณะของพฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

๑. เพิกเฉยต่อการทุจริต
๒. แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน
๓. ละเมิดจรรยาบรรณ
๔. บิดเบือนข้อมูล
๕. ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ

ด้วยองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) มีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องค่านิยม (Value) และวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) อ.ต.ก. จึงกำหนดแนวทางประพฤติปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ ทั้ง ๘ ด้าน ดังนี้

ด้านที่ ๑ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership : CG & Leadership)

๑.๑ กล้าเสนอแนวคิดหรือเป้าหมายที่ท้าทายในการทำงานของตนเอง และหน่วยงาน

๑.๒ สามารถบริหารความเสี่ยงในงานและช่วยแก้ไขปัญหามาให้เกิดความผิดพลาดร้ายแรงได้

๑.๓ กล้าเสี่ยง/กล้าทดลอง และลงมือทำโครงการหรือกิจกรรมที่ท้าทาย ช่วยให้องค์กรก้าวทันการเปลี่ยนแปลง

๑.๔ ให้คำปรึกษาแนะนำ กระตุ้นผู้อื่นให้บริหารความเสี่ยงอยู่เสมอ

๑.๕ เป็นแบบอย่างที่ดีด้านการบริหารความเสี่ยง

๑.๖ แสดงออก...

๑.๖ แสดงออกถึงการยืนหยัดเพื่อความถูกต้องของตนเองและผู้อื่นในการแสดงพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยง

๑.๗ มีเจตจำนงสุจริตในการปฏิบัติงาน

๑.๘ รับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม พร้อมรับผิดชอบในทุกสถานการณ์ มุ่งมั่นแก้ไขและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

๑.๙ เสนอแนะโครงการกิจกรรมใหม่ๆ ในการสร้างความเปลี่ยนแปลง หรือนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในองค์กรอยู่เสมอ

๑.๑๐ ริเริ่มสิ่งใหม่ คิดนอกกรอบ ทำให้แตกต่างหรือทันสมัยด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล

ด้านที่ ๒ การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Planning :SP)

๒.๑ ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก พร้อมทั้งทบทวนจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ขององค์กร เพื่อค้นหาแนวทางการดำเนินงานสู่ความสำเร็จ

๒.๒ ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมตัดสินใจกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์ขององค์กร

๒.๓ ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานภายในองค์กรมีการปรับหรือทบทวนแผนงาน/โครงการ ตามสถานการณ์ หรือ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อไม่ให้กระทบต่อตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กร

๒.๔ เสริมสร้างจินตนาการ การคิดนอกกรอบและคิดอย่างสร้างสรรค์ และชักนำให้เกิด เป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่รองรับทุกภาวะ

๒.๕ ทุกหน่วยงานภายในองค์กร ควรมีการกำหนดเป้าประสงค์ (สภาพในอนาคตหรือผลการดำเนินงานที่ต้องการบรรลุ) ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ และแผนงานที่สำคัญ

ด้านที่ ๓ การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน (Risk Management & Internal Control :RM & IC)

๓.๑ การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่สำคัญขององค์กรที่จำเป็นต้อง ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยผู้บริหารและพนักงานทุกคน

๓.๒ ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีการทบทวน แผนบริหารความเสี่ยง เนื่องจาก ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อผลการบรรลุวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของ อ.ต.ก. ซึ่งจะต้อง ได้รับการจัดการอย่างทันเวลาและต่อเนื่อง

๓.๓ ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายการบริหารความเสี่ยงไปปฏิบัติ และติดตามการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยงควบคุมภายใน และบริหารกิจการที่ดีของ อ.ต.ก.

๓.๔ พนักงานทุกคนต้องรับผิดชอบในการปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือ การบริหารความเสี่ยง

๓.๕ ส่งเสริมให้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ด้านการบริหาร ความเสี่ยงและการควบคุมภายในเผยแพร่ทุกส่วนงานทราบ เป็นรายไตรมาสทุกไตรมาส

๓.๖ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) มุ่งส่งเสริมการสร้างบรรยากาศ และวัฒนธรรมที่สนับสนุนการบริหารความเสี่ยง

๓.๗ ปลุกฝังและสร้างการรับรู้ รวมถึงความตระหนักในสำคัญด้านการบริหาร ความเสี่ยงขององค์กรแก่ผู้บริหารและพนักงานทุกคน

ด้านที่ ๔ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM)

๔.๑ สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค (ลูกค้า) หรือผู้รับบริการ โดยการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง เพื่อประกอบการตัดสินใจ

๔.๒ ส่งเสริมการรับฟังลูกค้า หากมีการร้องขอข้อมูล อ.ต.ก. จะจัดสรรข้อมูลให้กับ ผู้ร้องขอและหากเป็นเรื่องร้องเรียนก็จะเร่งรัดให้หน่วยงานตรวจสอบ แก้ไข และแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบ

๔.๓ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจ ของผู้บริโภค (ลูกค้า) หรือผู้รับบริการเป็นประจำทุกเดือน

๔.๔ ผู้บริหารและพนักงานทุกคน เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียว่าเป็นคนดี มีคุณธรรม และจริยธรรม

๔.๕ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาประสานงานกับหน่วยงาน

๔.๖ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนปฏิบัติตนต่อผู้บริโภค (ลูกค้า) หรือผู้รับบริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส โอบอ้อมอารี วจีไพเราะ

๔.๗ รับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างนำมาบูรณาการให้เกิดความร่วมมือ ในหน่วยงานและนอกหน่วยงาน

๔.๘ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ทำงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ ไม่แสวงหา ผลประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ด้านที่ ๕ การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT)

๕.๑ ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานในองค์กร

๕.๒ บูรณาการการทำงานด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๕.๓ เพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กร โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

๕.๔ ส่งเสริมการให้บริการแก่ประชาชน ภาครัฐ และภาคเอกชนในรูปแบบดิจิทัล

๕.๕ สร้างและส่งเสริมความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๕.๖ มีความคิดสร้างสรรค์ ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ สร้างนวัตกรรม นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพงาน

๕.๗ ศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เพื่อนำมาพัฒนาการปฏิบัติงานและการบริการที่ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่เสมอ

๕.๘ มีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล

๕.๙ นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

ด้านที่ ๖ การบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM)

๖.๑ ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหลักธรรมาภิบาลและประพฤติตนตามคู่มือจรรยาบรรณและจริยธรรมขององค์กร

๖.๒ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับต้องรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กร

๖.๓ ส่งเสริมให้มีการสื่อสารอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารกับพนักงานทุกระดับทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๖.๔ ผู้บริหารประเมินผลและให้คำปรึกษาอย่างเที่ยงธรรมและโปร่งใส

๖.๕ สนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานที่กำหนด

๖.๖ สร้างบรรยากาศ วัฒนธรรม และโครงสร้างการทำงานให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ อยากทำงานและอยากคิดเพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่อง

๖.๗ ผู้บริหารควร...

๖.๗ ผู้บริหารควรสร้างแรงจูงใจ พัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยยกย่อง ชมเชยให้เป็นที่ยอมรับ

๖.๘ กระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานมีการสอนงาน (Coaching) และแบ่งปัน (Sharing) ทักษะการปฏิบัติงานระหว่างกัน

๖.๙ สร้างความเข้าใจในคู่มือการปฏิบัติงานและกำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนด รวมทั้งพิจารณาถึงความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน

๖.๑๐ ผู้บริหารจะต้องจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอในการสนับสนุน การพัฒนาหรือเพิ่มทักษะแก่บุคลากร

ด้านที่ ๗ การจัดการความรู้และนวัตกรรม (Knowledge Management & Innovation Management : KM & IM)

๗.๑ กำหนดและถ่ายทอดวัตถุประสงค์องค์กร เป้าหมายและตัวชี้วัดร่วมกับการประเมิน ความเสี่ยงองค์กร โดยถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

๗.๒ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับต้องมุ่งเน้นการทำงานโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการความรู้ และการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

๗.๓ สื่อสารวิสัยทัศน์ ทิศทาง นโยบายและเป้าหมายรวมถึงข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ขององค์กรให้บุคลากรทราบอย่างทั่วถึงและทันเวลา

๗.๔ สร้างบรรยากาศให้มีการสื่อสารสองทิศทางอย่างตรงไปตรงมาภายในองค์กรและรับฟัง ข้อคิดเห็นที่แตกต่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน

๗.๕ สร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ก่อให้เกิด การสร้างนวัตกรรมใหม่ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

๗.๖ สร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ โดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน รวมทั้ง พัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ให้เป็นนวัตกรรม การเรียนรู้ที่ยั่งยืน

๗.๗ ผนึกสร้างความร่วมมือของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดเก็บ ข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้ให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างทั่วถึง และต่อเนื่อง ให้เป็นนวัตกรรม การเรียนรู้ อย่างยั่งยืน

ด้านที่ ๘ การตรวจสอบภายใน (Internal Audit : IA)

- ๘.๑ ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามคู่มือการปฏิบัติงานและมาตรการควบคุมภายในที่กำหนด โดยสอบทานความเสี่ยงและผลการปฏิบัติงาน
- ๘.๒ ให้คำปรึกษา แนะนำวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเพื่อมุ่งผลสำเร็จของงาน
- ๘.๓ มีคุณธรรม/ความซื่อสัตย์ โปร่งใส ยอมรับการตรวจสอบ ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน
- ๘.๔ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเชี่ยวชาญ รับผิดชอบ รอบคอบเที่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ
- ๘.๕ ต้องไม่นำข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากการปฏิบัติงานไปใช้แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และจะไม่กระทำการใดๆ ที่ขัดต่อกฎหมายและประโยชน์ของทางราชการ
- ๘.๖ เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นและให้คำปรึกษาอย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
- ๘.๗ มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และช่างสังเกต จะช่วยให้เกิดมุมมองในการแก้ปัญหาใหม่ๆ
- ๘.๘ มีความมั่นใจในตนเอง และกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีอาชีพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริหาร
- ๘.๙ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี วางตัวเป็นกลาง ยึดมั่นในอุดมการณ์ หลักการที่ถูกต้อง
- ๘.๑๐ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน

การขับเคลื่อนค่านิยม MeRICH ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนเป็นความท้าทายสำคัญขององค์กรในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหลอมรวมค่านิยมองค์กรให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการทำงานและการดำเนินชีวิตของบุคลากร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรได้กำหนดค่านิยม MeRICH ที่ประกอบด้วย Marketing & Agriculture Product Expert, Rapport, Innovation, Change และ Honesty เพื่อเป็นเข็มทิศนำทางองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

การเปลี่ยนผ่านจากค่านิยมสู่วัฒนธรรมที่ยั่งยืนต้องอาศัยความมุ่งมั่น การมีส่วนร่วม และความต่อเนื่องในการดำเนินการ โดยเริ่มจากการสร้างความเข้าใจและการยอมรับในค่านิยมอย่างลึกซึ้ง ผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับบุคลากร การเชื่อมโยงค่านิยมกับการปฏิบัติงานประจำวันทำให้บุคลากรเห็นความสำคัญและคุณค่าของการยึดมั่นในค่านิยมองค์กร



การสร้างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการแสดงออกถึงค่านิยมเป็นปัจจัยสำคัญ องค์กรต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบงาน และกลไกสนับสนุนที่เอื้อต่อการปฏิบัติตามค่านิยมการสร้างพื้นที่และโอกาสให้บุคลากรได้แสดงศักยภาพ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจะช่วยหล่อหลอมให้ค่านิยมกลายเป็นวิถีปฏิบัติที่เป็นธรรมชาติ

บทบาทของผู้นำมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนค่านิยมสู่วัฒนธรรมที่ยั่งยืน ผู้นำต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามค่านิยม สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้บุคลากรเห็นความสำคัญของค่านิยม สนับสนุนและให้กำลังใจแก่บุคลากรในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมการแสดงออกถึงค่านิยมองค์กร



การสร้างความยั่งยืนของวัฒนธรรมองค์กรต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนค่านิยม การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และการริเริ่มโครงการหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร จะช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันต่อองค์กร

การวัดและประเมินผลอย่างเป็นระบบจะช่วยให้องค์กรสามารถติดตามความก้าวหน้าและปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน การรวบรวมข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์และประเมินผล และการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน จะช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและยั่งยืน ควรมีมาตรการเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนเป็นการเดินทางที่ต้องอาศัยเวลาและความทุ่มเท แต่ด้วยความมุ่งมั่นและการดำเนินการอย่างเป็นระบบ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรสามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งบนพื้นฐานของค่านิยม Me RICH อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับองค์กรและระดับประเทศ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้



มาตรการที่ ๑: "ศูนย์พัฒนาความเชี่ยวชาญการตลาดเกษตร"

เพื่อตอบสนองค่านิยม Marketing & Agriculture Product Expert องค์การจะจัดตั้งศูนย์พัฒนาความเชี่ยวชาญด้านการตลาดเกษตรที่รวบรวมองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ สร้างหลักสูตรพัฒนาบุคลากรระยะสั้นและระยะยาว พร้อมทั้งสร้างระบบพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาแนะนำ มีการประเมินและติดตามผลอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแก้ไขปัญหาให้เกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรการที่ ๒: "สร้างความผูกพันผ่านทีมข้ามสายงาน"

เพื่อเสริมสร้างค่านิยม Rapport องค์การจะส่งเสริมการทำงานในรูปแบบทีมข้ามสายงาน (Cross-functional Team) โดยจัดให้มีโครงการพิเศษที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย มีการจัดกิจกรรมสร้างทีม การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างแผนก จัดให้มีพื้นที่ทำงานร่วม (Co-working Space) และกิจกรรมสนทนาการที่ช่วยกระชับความสัมพันธ์ พร้อมทั้งสร้างระบบการประเมินผลที่ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

มาตรการที่ ๓: "ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตร"

เพื่อขับเคลื่อนค่านิยม Innovation องค์การจะจัดตั้งห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับสามารถเรียนรู้และแสดงแนวคิดใหม่ๆ บนเวทีที่รับฟังความคิดเห็น มีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรม จัดการประกวดแนวคิดสร้างสรรค์ประจำปี สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชนในการพัฒนานวัตกรรม พร้อมทั้งมีระบบการให้รางวัลและยกย่องผู้สร้างนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กรและเกษตรกร

มาตรการที่ ๔: "วิทยาลัยการเปลี่ยนแปลง"

เพื่อสนับสนุนค่านิยม Change องค์การจะจัดตั้งวิทยาลัยการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการบริหารการเปลี่ยนแปลง การคิดเชิงออกแบบ และการปรับตัวในยุคดิจิทัล มีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงานองค์การที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญ และการสร้างเครือข่ายผู้นำการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

มาตรการที่ ๕...



มาตรการที่ ๕: "สร้างความโปร่งใสผ่านเทคโนโลยี"

เพื่อส่งเสริมค่านิยม Honesty องค์กรจะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างความโปร่งใส เช่น ระบบติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานแบบเรียลไทม์ การเปิดเผยข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การใช้บล็อกเชนในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร การจัดทำระบบรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพ

มาตรการที่ ๖: “ทูตวัฒนธรรมองค์กร”

องค์กรจะคัดเลือกและพัฒนาทูตวัฒนธรรมองค์กรจากทุกระดับและทุกฝ่าย เพื่อเป็นต้นแบบในการปฏิบัติตามค่านิยม Me RICH ทูตเหล่านี้จะมีบทบาทในการสื่อสาร สร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นให้เพื่อนร่วมงานเห็นความสำคัญและนำค่านิยมไปปฏิบัติ มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเล่าเรื่องความสำเร็จ และการสร้างเครือข่ายทูตวัฒนธรรมระหว่างหน่วยงาน

มาตรการที่ ๗: "ระบบประเมินและให้รางวัลตามค่านิยม"

องค์กรจะพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ให้น้ำหนักกับการแสดงออกถึงค่านิยม Me RICH มีการกำหนดตัวชี้วัดที่สะท้อนพฤติกรรมตามค่านิยม การให้รางวัลและยกย่องบุคลากรและทีมงานที่เป็นแบบอย่างที่ดี การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลที่สอดคล้องกับค่านิยม และการสร้างแรงจูงใจ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

มาตรการที่ ๘...

มาตรการที่ ๘: “เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามรุ่น”

องค์กรจะสร้างพื้นที่และโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานต่างรุ่น เพื่อผสมผสานประสบการณ์และมุมมองที่หลากหลาย มีการจัดกิจกรรม Reverse Mentoring ที่ให้คนรุ่นใหม่สอนทักษะดิจิทัลแก่รุ่นพี่ การถ่ายทอดภูมิปัญญาและประสบการณ์จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง การทำโครงการร่วมกันระหว่างรุ่น



มาตรการที่ ๙: "สื่อสารค่านิยมผ่านช่องทางดิจิทัล"

องค์กรจะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารและตอกย้ำค่านิยม Me RICH อย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง ผ่านระบบสารสนเทศภายในองค์กร สื่อสังคมออนไลน์ พอดคาสต์ วิดีโอสั้น และ News Letter Digital มีการจัดทำแคมเปญรณรงค์ออนไลน์ การประกวดสื่อสร้างสรรค์ และการสร้างช่องทางการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสื่อสารค่านิยม

มาตรการที่ ๑๐: "บูรณาการค่านิยมสู่กระบวนการทำงาน"

องค์กรจะทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งหมดให้สอดคล้องและส่งเสริมค่านิยม Me RICH มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานที่สะท้อนค่านิยม การออกแบบระบบและขั้นตอนการทำงานที่เอื้อต่อการแสดงออกถึงค่านิยม การสร้างมาตรฐานการให้บริการที่สะท้อนค่านิยม และการพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการทำงานที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่พึงประสงค์

จากมาตรการ...



จากมาตรการดังกล่าวสามารถอธิบายรายละเอียดในภาคปฏิบัติของทั้ง ๑๐ มาตรการ เพื่อการขับเคลื่อนค่านิยมสู่วัฒนธรรมที่ยั่งยืน มีรายละเอียด ดังนี้

มาตรการที่ ๑: "ศูนย์พัฒนาความเชี่ยวชาญการตลาดเกษตร"

การจัดตั้งศูนย์พัฒนาความเชี่ยวชาญการตลาดเกษตรเป็นมาตรการสำคัญ ในการขับเคลื่อนค่านิยม Marketing & Agriculture Product Expert โดยศูนย์นี้จะป็นศูนย์กลาง ในการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดเกษตรอย่างครบวงจร มีการดำเนินงานที่เป็น ระบบและต่อเนื่อง โดยศูนย์จะประกอบด้วยส่วนงานหลัก ๔ ส่วน ได้แก่ ส่วนพัฒนาหลักสูตรและ องค์ความรู้ ส่วนฝึกอบรมและพัฒนา ส่วนที่ปรึกษาและพี่เลี้ยง และส่วนประเมินและติดตามผล แต่ละส่วนมีภารกิจที่ชัดเจนและเชื่อมโยงกัน

ส่วนพัฒนาหลักสูตรและองค์ความรู้จะทำหน้าที่รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ องค์ความรู้ด้านการตลาดเกษตรจากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการจัดทำฐานข้อมูล กรณีศึกษาความสำเร็จ แนวปฏิบัติที่ดี และบทเรียนจากประสบการณ์จริง พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ที่ตอบโจทย์ความต้องการของบุคลากรในแต่ละระดับ ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นจนถึงระดับเชี่ยวชาญ โดยเน้น การเรียนรู้แบบผสมผสานทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ

ส่วนฝึกอบรม...



ส่วนฝึกอบรมและพัฒนาจะรับผิดชอบการจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรในรูปแบบต่างๆ เช่น การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนาเชิงวิชาการ การศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญ และการฝึกปฏิบัติงานจริงในพื้นที่ มีการใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้สมัยใหม่ เช่น ระบบ E-learning แอปพลิเคชันการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการจำลองสถานการณ์เสมือนจริง

ส่วนที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงจะดูแลระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) ที่จับคู่ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ หรือหัวหน้างานกับบุคลากรที่ต้องการพัฒนา มีการให้คำปรึกษาแนะนำอย่างใกล้ชิด การสอนงานแบบ On-the-job Training การให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างพี่เลี้ยงและผู้รับการพัฒนา

ส่วนประเมินและติดตามผลจะพัฒนาระบบการประเมินความเชี่ยวชาญที่เป็นมาตรฐาน มีการทดสอบความรู้และทักษะทั้งก่อนและหลังการพัฒนา การติดตามการนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง การประเมินผลกระทบของการพัฒนาที่มีต่อผลการดำเนินงาน และการรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับปรุงระบบการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้...

นอกจากนี้ ศูนย์พัฒนาความเชี่ยวชาญยังจะสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ทั้งสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และภาคเอกชน ในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การทำวิจัย ร่วม การพัฒนาหลักสูตร และการสร้างนวัตกรรมด้านการตลาดเกษตร มีการจัดเวทีวิชาการประจำปี เพื่อนำเสนอผลงานและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ

ศูนย์จะมีการจัดสรรทรัพยากรที่เพียงพอ ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ สถานที่ และอุปกรณ์ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ การจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ และการติดตามความก้าวหน้าของผู้เข้ารับการพัฒนา

การดำเนินงานของศูนย์จะมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน ทั้งในระดับผลผลิต (Output) เช่น จำนวนผู้ผ่านการพัฒนา จำนวนหลักสูตรที่พัฒนา และระดับผลลัพธ์ (Outcome) เช่น ระดับความเชี่ยวชาญที่เพิ่มขึ้น ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และความพึงพอใจของเกษตรกรที่ได้รับบริการ

มาตรการที่ ๒: "สร้างความผูกพันผ่านทีมข้ามสายงาน"

การสร้าง ความผูกพันผ่านทีมข้ามสายงานเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างค่านิยม Rapport โดยมุ่งเน้นการทลายกำแพงระหว่างแผนก สร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ผ่านการทำงานร่วมกันในรูปแบบทีมข้ามสายงาน โดยองค์กรจะจัดให้มีโครงการพิเศษ เรียกว่า "Cross-Functional Excellence Projects" โดยคัดเลือกโครงการสำคัญที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญจากหลายฝ่าย เช่น โครงการพัฒนาตลาดดิจิทัลสำหรับสินค้าเกษตร โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์แบบครบวงจร หรือโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าสูง เป็นต้น แต่ละโครงการจะมีการแต่งตั้งทีมงานที่ประกอบด้วยบุคลากรจากหลายฝ่าย มีการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจน

การทำงานในรูปแบบทีมข้ามสายงานจะเริ่มต้นด้วยการจัดกิจกรรม Team Building ที่ออกแบบมาเฉพาะเพื่อสร้างความเข้าใจในความแตกต่างของแต่ละบุคคลและหน่วยงาน เรียนรู้วิธีการทำงานร่วมกัน และสร้างเป้าหมายร่วมของทีม มีการใช้เครื่องมือประเมินบุคลิกภาพ และสไตล์การทำงาน เพื่อให้สมาชิกทีมเข้าใจตนเองและผู้อื่นมากขึ้น



องค์กรจะจัดให้มีพื้นที่ทำงานร่วม (Collaborative Space) ที่ออกแบบให้เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานเป็นทีม เช่น ห้องประชุมอัจฉริยะ กระดานความคิดดิจิทัล และระบบการประชุมทางไกล นอกจากนี้ยังมีพื้นที่พักผ่อนและสนทนาการที่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการระหว่างสมาชิกทีม

การพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมจะดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อที่จำเป็น เช่น การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การจัดการความขัดแย้ง การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม และการบริหารโครงการแบบคล่องตัว (Agile Project Management) มีการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และให้คำแนะนำ

ระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานจะถูกปรับให้สอดคล้องกับการทำงานแบบข้ามสายงาน โดยกำหนดตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงผลสำเร็จของงานและพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม มีการประเมินผลแบบ ๓๖๐ องศาที่รวบรวมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และมีระบบการให้รางวัลที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม

องค์กรจะ...

องค์กรจะสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างทีมต่างๆ ผ่านกิจกรรม Knowledge Sharing Session หรือ KM Meeting ที่จัดขึ้นเป็นประจำ มีการจัดทำฐานข้อมูล บทเรียนและแนวปฏิบัติที่ดีจากการทำงานข้ามสายงาน และมีการเผยแพร่ความสำเร็จของทีมผ่านช่องทางสื่อสารภายในองค์กร

เพื่อสร้างความผูกพันที่ยั่งยืน องค์กรจะจัดกิจกรรมสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การแข่งขันกีฬาระหว่างทีม การทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน การจัดงานเฉลิมฉลองความสำเร็จของทีม และการจัดทัศนศึกษาดูงานร่วมกัน กิจกรรมเหล่านี้จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกทีม เป็นต้น

การติดตามและประเมินผลความสำเร็จของมาตรการนี้จะพิจารณาจากหลายมิติ ทั้งประสิทธิภาพของการทำงานข้ามสายงาน ระดับความผูกพันของพนักงาน คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน และผลสำเร็จของโครงการที่ดำเนินการ มีการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงมาตรการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

มาตรการที่ ๓: "ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตร"

การจัดตั้งห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรเป็นมาตรการสำคัญในการขับเคลื่อนค่านิยม Innovation โดยมุ่งสร้างพื้นที่และเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรให้เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรนี้จะเป็ศูนย์กลางในการรวบรวม พัฒนา และแลกเปลี่ยนแนวคิดใหม่ๆ ที่จะช่วยยกระดับการทำงานขององค์กรและคุณภาพชีวิตของเกษตรกรต่อไป

ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรดังกล่าวประกอบด้วยห้องบรรยายและสัมมนา สำหรับการเรียนทฤษฎี การบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญ และการอภิปรายกลุ่ม พื้นที่ปฏิบัติการ (Lab) เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองและฝึกปฏิบัติจริง เช่น การใช้เทคโนโลยี IoT, Drone, หรือระบบ Smart Farming เป็นต้น พื้นที่สาธิต (Demo Zone) สำหรับแสดงตัวอย่างการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมในภาคเกษตร และ พื้นที่เครือข่ายและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สำหรับการพบปะ สร้างเครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากร เกษตรกร และผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินงานของห้องเรียนนี้จะมีการจัดตั้งคณะกรรมการนวัตกรรมที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำหน้าที่กำหนดทิศทางการพัฒนานวัตกรรม พิจารณาข้อเสนอโครงการ ให้คำปรึกษาแนะนำ และติดตามประเมินผล มีการจัดสรรงบประมาณพิเศษสำหรับการพัฒนานวัตกรรม แบ่งเป็นทุนสนับสนุนระยะเริ่มต้น (Seed Fund) สำหรับการทดสอบแนวคิด และทุนต่อยอด (Scale-up Fund) สำหรับนวัตกรรมที่ผ่านการพิสูจน์แล้ว

ห้องเรียนนวัตกรรม...



ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรให้มีการจัดทำโครงการ "Innovation Challenge" เป็นประจำทุกปี โดยกำหนดโจทย์ท้าทายที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรและเกษตรกร เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับเสนอแนวคิดและพัฒนาต้นแบบนวัตกรรม มีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำตลอดกระบวนการ และมีการมอบรางวัลสำหรับนวัตกรรมที่โดดเด่น

การพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมของบุคลากรจะดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น การคิดเชิงออกแบบ การพัฒนาโมเดลธุรกิจนวัตกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาวัตกรรม และการบริหารโครงการนวัตกรรม มีการศึกษาดูงานองค์กรนวัตกรรมชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น

ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรจะสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งสถาบันการศึกษา ศูนย์วิจัย บริษัทเทคโนโลยี และ Start Up มีการทำวิจัยร่วม แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และพัฒนานวัตกรรมร่วมกัน พร้อมทั้งจัดให้มีเวทีนำเสนอนวัตกรรมประจำปีที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างความร่วมมือ

ห้องเรียนนวัตกรรมเกษตรจำเป็นต้องมีระบบการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ มีการรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ การเผยแพร่บทเรียนและแนวปฏิบัติที่ดี และการสร้างชุมชนนักนวัตกรรมในองค์กร มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการความรู้และสร้างการมีส่วนร่วม

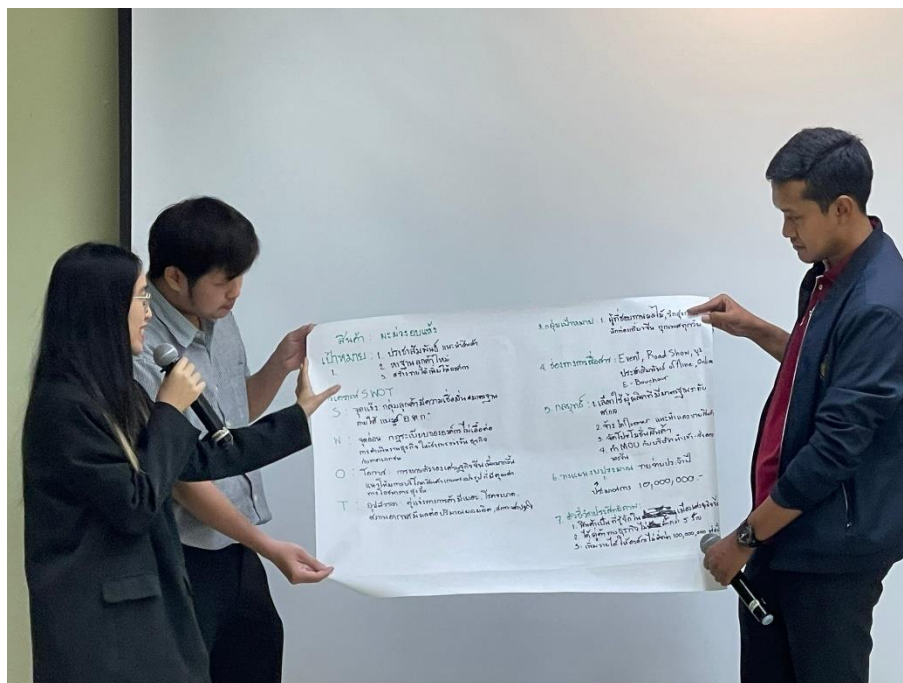
มาตรการที่ ๔: "วิทยาลัยการเปลี่ยนแปลง"

วิทยาลัยการเปลี่ยนแปลงเป็นสถาบันพัฒนาภายในที่มุ่งเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรในการรับมือและนำการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับค่านิยม Change ขององค์กร โดยมีเป้าหมายในการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีวิสัยทัศน์ มีทักษะ และมีทัศนคติที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางความท้าทายในยุคดิจิทัล

วิทยาลัยจะพัฒนาหลักสูตรที่ครอบคลุมสมรรถนะหลักในการบริหารการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย ๔ กลุ่มหลักสูตร ได้แก่:

- หลักสูตรผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leadership) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำ การสร้างวิสัยทัศน์ การสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง และการบริหารการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
- หลักสูตรการคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรม (Design Thinking and Innovation) ที่เน้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาเชิงนวัตกรรม และการออกแบบโซลูชันที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน
- หลักสูตรการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ที่ครอบคลุมความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการปรับกระบวนการทำงานสู่ดิจิทัล
- หลักสูตรการบริหารโครงการเปลี่ยนแปลง (Change Project Management) ที่เน้นการวางแผน การดำเนินการ และการติดตามประเมินผลโครงการเปลี่ยนแปลงองค์กร

วิทยาลัยจะใช้วิธีการเรียนรู้ที่หลากหลายและทันสมัย เช่น การเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) ที่ผสมผสานการเรียนรู้ในห้องเรียน การเรียนออนไลน์ และการเรียนรู้จากการปฏิบัติ การใช้กรณีศึกษาจริงขององค์กรและการจำลองสถานการณ์ การเรียนรู้ผ่านเกมและการแข่งขัน (Gamification) การใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน (VR) และความจริงเสริม (AR) ในการฝึกอบรม และการศึกษาดูงานองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง



วิทยาลัยจะจัดให้มีระบบพี่เลี้ยงและโค้ชการเปลี่ยนแปลง (Change Mentor and Coach) ที่คอยให้คำปรึกษาและสนับสนุนผู้เข้ารับการพัฒนาในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง มีการติดตามความก้าวหน้าและให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ วิทยาลัยยังจะสร้างเครือข่ายผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent Network) ที่เชื่อมโยงผู้ผ่านการพัฒนาจากทุกระดับ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดี และร่วมกันขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

วิทยาลัยจะมีระบบการวัดและประเมินผลที่ครอบคลุมทั้งระดับบุคคล ทีม และองค์กร โดยพิจารณาจากระดับความรู้และทักษะที่เพิ่มขึ้น การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน ผลสำเร็จของโครงการเปลี่ยนแปลงที่ดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงองค์กร และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

มาตรการที่ ๕: "สร้างความโปร่งใสผ่านเทคโนโลยี"

การสร้างความโปร่งใสผ่านเทคโนโลยีเป็นมาตรการที่สนับสนุนค่านิยม Honesty ขององค์กร โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการยกระดับความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในทุกกระบวนการทำงาน การดำเนินการจะครอบคลุมทั้งระบบการทำงานภายในและการให้บริการแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

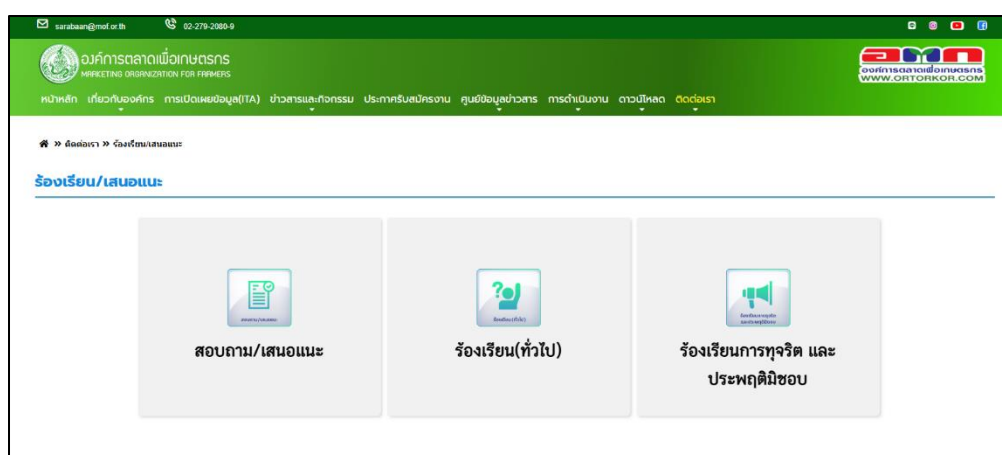
ระบบการติดตาม...

ระบบการติดตามและตรวจสอบแบบเรียลไทม์ (Real-time Monitoring System) จะถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้สามารถติดตามการดำเนินงานสำคัญขององค์กรได้อย่างทันที เช่น การติดตามการจัดซื้อจัดจ้างตั้งแต่การประกาศจนถึงการส่งมอบ การติดตามสถานการณ์ดำเนินโครงการและการใช้งบประมาณ การติดตามคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการและการติดตามการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานการทำงานของ อตก.

แพลตฟอร์มเปิดเผยข้อมูล (Open Data Platform) จะถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญขององค์กรได้อย่างสะดวก โดยข้อมูลที่เปิดเผยจะครอบคลุมข้อมูลผลการดำเนินงานและการใช้งบประมาณ ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและสัญญาต่างๆ ข้อมูลราคาสินค้าเกษตร และการซื้อขาย และรายงานผลการตรวจสอบและการประเมินต่างๆ

นอกจากนี้ระบบบล็อกเชนจะถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร (Agricultural Product Traceability) ในผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์สำคัญภายใต้แบรนด์ อ.ต.ก. โดยมีการบันทึกข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่แหล่งผลิตและวิธีการผลิต การขนส่ง การจัดเก็บการแปรรูป การบรรจุ และการจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภค

ระบบการรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสร้องเรียน (Online Whistleblowing System) จะถูกพัฒนาขึ้นโดยมีคุณลักษณะสำคัญทั้งรับเรื่องร้องเรียนได้หลายช่องทางและตลอด ๒๔ ชั่วโมง การรักษาความลับของผู้ร้องเรียนและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสร้องเรียน การติดตามความคืบหน้าของเรื่องร้องเรียนได้แบบเรียลไทม์ และมีระบบการจัดการและแก้ไขปัญหาที่เป็นมาตรฐาน



หัวข้อ

ร้องเรียน(ทั่วไป)

ชื่อจริง *

นามสกุล *

อีเมล *

หมายเลขโทรศัพท์ *

หมายเลขบัตรประชาชน *

อีเมล *

รายละเอียดการแจ้งเรื่อง *

อีเมล

หมายเลขบัตรประชาชน

รายละเอียดการแจ้งเรื่อง

ไฟล์แนบ สามารถ อัปโหลดได้ครั้งละ 1 ไฟล์(png, jpeg, pdf ขนาดไม่เกิน 2MB) เท่านั้น

ระบบการควบคุมภายในดิจิทัล (Digital Internal Control System) จะถูกพัฒนาเพื่อป้องกันและตรวจจับความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล ประกอบด้วยระบบตรวจจับความผิดปกติอัตโนมัติ ระบบการอนุมัติแบบหลายระดับระบบการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และระบบการรายงานความเสี่ยงแบบเรียลไทม์ ซึ่งการพัฒนาระบบเหล่านี้จะดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมความโปร่งใสในองค์กร ผ่านการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่บุคลากร การสื่อสารและรณรงค์อย่างต่อเนื่อง การยกย่องและให้รางวัลแก่หน่วยงานที่มีความโปร่งใสสูง และการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมาภิบาล

มาตรการที่ ๖: "ทูตวัฒนธรรมองค์กร"

การสร้างทูตวัฒนธรรมองค์กรเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนค่านิยม Me RICH ให้หยั่งรากลึกในองค์กร โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรต้นแบบที่จะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์กรจะดำเนินการคัดเลือกทูตวัฒนธรรมจากทุกระดับและทุกสายงาน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติสำคัญ ได้แก่ ความเข้าใจและยึดมั่นในค่านิยมองค์กร ความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวใจ ความเป็นที่ยอมรับนับถือของเพื่อนร่วมงาน และความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กร กระบวนการคัดเลือกจะดำเนินการอย่างโปร่งใสและมีส่วนร่วม มีการเปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมงานเสนอชื่อและร่วมโหวต

เมื่อได้รับการคัดเลือก ทูตวัฒนธรรมจะผ่านการพัฒนาศักยภาพอย่างเข้มข้น ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็น มีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะที่ครอบคลุมเรื่องการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม การโค้ชและให้คำปรึกษา และการบริหารโครงการ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาดูงานองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง

ทูตวัฒนธรรม...

ทูตวัฒนธรรมจะมีบทบาทสำคัญในการเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามค่านิยม สื่อสาร และถ่ายทอดค่านิยมผ่านการเล่าเรื่องและแบ่งปันประสบการณ์ สร้างการมีส่วนร่วมของเพื่อนร่วมงาน ในกิจกรรมต่างๆ ให้คำปรึกษาและสนับสนุนเพื่อนร่วมงานในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และริเริ่มโครงการ หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร

องค์กรจะสนับสนุนการทำงานของทูตวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ มีการจัดสรรเวลาและทรัพยากร ที่จำเป็น การให้อำนาจในการตัดสินใจและดำเนินการ การสร้างเครือข่ายและช่องทางการสื่อสารพิเศษ และการให้รางวัลและการยกย่องเชิดชูเกียรติ ทูตวัฒนธรรมจะได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเข้าร่วมสัมมนา การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับองค์กรอื่น และการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ

การติดตามและประเมินผลการทำงานของทูตวัฒนธรรมจะดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาจากระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมต่างๆ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ของพนักงานตามค่านิยม ความพึงพอใจของพนักงานต่อการดำเนินงานของทูตวัฒนธรรม และผลสำเร็จของโครงการที่ทูตวัฒนธรรมริเริ่ม มีการประชุมทบทวนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างทูตวัฒนธรรมเป็นประจำ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

มาตรการที่ ๗: "ระบบประเมินและให้รางวัลตามค่านิยม"

การพัฒนาระบบประเมินและให้รางวัลที่สอดคล้องกับค่านิยม MeRICH เป็นมาตรการ สำคัญในการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรอย่างต่อเนื่อง ระบบนี้ จะเชื่อมโยงการแสดงออกถึงพฤติกรรมตามค่านิยมกับการประเมินผลการปฏิบัติงานและการให้รางวัล ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการยอมรับและความยั่งยืนของวัฒนธรรมองค์กร



องค์กรจะพัฒนา...

องค์กรจะพัฒนาเครื่องมือประเมินพฤติกรรมตามค่านิยมที่เป็นรูปธรรมและวัดผลได้ โดยกำหนดตัวชี้วัดพฤติกรรม (Behavioral Indicators) ที่สะท้อนการปฏิบัติตามค่านิยมแต่ละข้อ มีการจัดทำพจนานุกรมพฤติกรรม (Behavioral Dictionary) ที่อธิบายระดับความสามารถและพฤติกรรมที่คาดหวังในแต่ละระดับตำแหน่ง พร้อมทั้งตัวอย่างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์

ระบบการประเมินจะใช้วิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและเป็นธรรม เช่น การประเมินแบบ ๓๖๐ องศาที่รวบรวมความคิดเห็นจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้รับบริการ การสังเกตพฤติกรรมในการทำงานจริง การรวบรวมหลักฐาน และผลงานที่แสดงถึงการปฏิบัติตามค่านิยม และการสัมภาษณ์เชิงพฤติกรรม

องค์กรจะจัดให้มีระบบการให้รางวัลที่จูงใจและหลากหลาย ทั้งรางวัลที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน เช่น การขึ้นเงินเดือนพิเศษ โบนัสตามผลงาน รางวัลพนักงานดีเด่นประจำปี โอกาสในการพัฒนาและเติบโตในสายอาชีพ การได้รับมอบหมายงานที่ท้าทาย และการยกย่องเชิดชูเกียรติในที่สาธารณะ มีการจัดพิธีมอบรางวัลประจำปีที่สร้างความภาคภูมิใจและแรงบันดาลใจ



นอกจากการประเมินและให้รางวัลรายบุคคล องค์กรจะส่งเสริมการทำงานเป็นทีม ผ่านการประเมินและให้รางวัลระดับทีมและหน่วยงาน มีการแข่งขันระหว่างทีมในการสร้างสรรค์โครงการหรือนวัตกรรมที่ส่งเสริมค่านิยม การประกวดหน่วยงานต้นแบบด้านวัฒนธรรมองค์กร และการแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างหน่วยงาน

ระบบการประเมินและให้รางวัลจะเชื่อมโยงกับการวางแผนพัฒนารายบุคคล โดยนำผลการประเมินมาวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสในการพัฒนา กำหนดเป้าหมายและแผนการพัฒนาคู่ขนานกับค่านิยม และติดตามความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอ มีการให้ข้อมูลย้อนกลับที่สร้างสรรค์และการโค้ชเพื่อการพัฒนาต่อไป

มาตรการที่ ๘: "เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามรุ่น"

การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานต่างรุ่นเป็นมาตรการที่มุ่งเน้นการผสมผสานความเชี่ยวชาญและมุมมองที่หลากหลายของบุคลากรทุกช่วงวัย เพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของวัฒนธรรมองค์กร เวทีนี้จะเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับการแบ่งปันประสบการณ์ และทักษะระหว่างพนักงานรุ่นเก่าและรุ่นใหม่



องค์กรจะจัดให้มีโครงการ "Reverse Mentoring" ที่ให้พนักงานรุ่นใหม่ได้แบ่งปันความรู้และทักษะด้านดิจิทัลแก่พนักงานรุ่นอาวุโส โดยจับคู่พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีกับผู้บริหารหรือพนักงานอาวุโสที่ต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัล การเรียนรู้จะเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานจริง การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ และการปรับตัวในยุคดิจิทัล

ในขณะเดียวกัน...

ในขณะเดียวกัน จะมีการจัดกิจกรรม "Wisdom Sharing" ที่เปิดโอกาสให้บุคลากรอาวุโส ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ ภูมิปัญญา และบทเรียนสำคัญจากการทำงานแก่พนักงานรุ่นใหม่มีการเล่าเรื่องความสำเร็จและความท้าทายในการทำงาน การแบ่งปันเทคนิคการแก้ปัญหา และการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรที่สั่งสมมา

องค์กรจะส่งเสริมการทำโครงการร่วมกันระหว่างบุคลากรต่างรุ่น โดยจัดตั้งทีมข้ามรุ่น เพื่อทำงานในโครงการสำคัญขององค์กร แต่ละทีมจะประกอบด้วยสมาชิกที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน มีการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่เปิดกว้างและเคารพซึ่งกันและกัน

การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ในองค์กรจะดำเนินการผ่านการจัดตั้งกลุ่มสนใจเฉพาะด้าน (Communities of Practice) ที่รวมตัวกันตามความสนใจและความเชี่ยวชาญ มีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกัน และการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน

องค์กรจะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เอื้อต่อการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ มีการจัดทำคลังความรู้ดิจิทัล การสร้างห้องสนทนาออนไลน์ การจัดทำพอดคาสต์และวิดีโอการเรียนรู้ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิก

มาตรการที่ ๙: "สื่อสารค่านิยมผ่านช่องทางดิจิทัล"

การสื่อสารค่านิยมผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นมาตรการสำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้าใจ และการรับรู้ค่านิยม MeRICH อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง องค์กรจะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสร้างสรรค์ในการสื่อสารค่านิยมให้มีชีวิตชีวาและเข้าถึงพนักงานทุกระดับ โดยมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจที่ลึกซึ้งในค่านิยมองค์กร

องค์กรมีช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารค่านิยมผ่านระบบสารสนเทศ เพื่อให้บุคลากรเข้าถึงการรับรู้ข้อมูล เช่น การนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จที่สะท้อนค่านิยม การแชร์ประสบการณ์การนำค่านิยมไปปฏิบัติ การแจ้งเตือนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม และการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันนี้จะออกแบบให้ใช้งานง่าย มีความน่าสนใจ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม

ในอนาคตหน่วยงานสามารถผลิตสื่อดิจิทัลที่สร้างสรรค์จะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ โดยจะมีการผลิตวิดีโอสั้น ที่นำเสนอค่านิยมในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น Infographics การ์ตูนแอนิเมชัน เรื่องเล่าสั้น มีการจัดทำพอดคาสต์ที่นำเสนอบทสนทนาและมุมมองเกี่ยวกับค่านิยมจากบุคคลต่างๆ และการผลิตอินโฟกราฟิกที่สื่อสารเนื้อหาสำคัญอย่างเข้าใจง่ายต่อไป

องค์กรจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ มีการจัดแคมเปญรณรงค์ออนไลน์ที่กระตุ้นให้พนักงานแสดงออกถึงการปฏิบัติตามค่านิยม การประกวดการผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับค่านิยม และการสร้างแฮชแท็กเฉพาะสำหรับการแชร์เรื่องราวและประสบการณ์

จดหมายข่าวดิจิทัลจะถูกพัฒนาขึ้นเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมอย่างสม่ำเสมอ มีการรวบรวมเรื่องราวความสำเร็จ บทความให้ความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี และข่าวสารกิจกรรมต่างๆ โดยออกแบบให้มีความน่าสนใจและเข้าถึงง่ายผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลทุกประเภท

การสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลจะมีการวางแผนและจัดการอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดแผนการสื่อสารที่ชัดเจน การผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การติดตามและวิเคราะห์ผลการสื่อสาร และการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

มาตรการที่ ๑๐: "บูรณาการค่านิยมสู่กระบวนการทำงาน"

การบูรณาการค่านิยม MeRICH เข้าสู่กระบวนการทำงานเป็นมาตรการสำคัญที่จะช่วยให้ค่านิยมกลายเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานประจำวัน องค์กรจะดำเนินการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งหมดให้สอดคล้องและส่งเสริมการแสดงออกถึงค่านิยมองค์กร โดยมุ่งเน้นการสร้างระบบและกลไกที่เอื้อต่อการปฏิบัติตามค่านิยมอย่างเป็นรูปธรรม

องค์กรจะจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานที่สะท้อนค่านิยมในทุกขั้นตอนสำคัญ โดยระบุพฤติกรรมที่พึงประสงค์และแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับค่านิยมแต่ละข้อ มีการยกตัวอย่างสถานการณ์และวิธีการตัดสินใจที่สะท้อนค่านิยม รวมถึงการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร

การออกแบบและพัฒนากระบวนการงานจะคำนึงถึงการส่งเสริมค่านิยมเป็นสำคัญ โดยมีการพัฒนาเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สนับสนุนการทำงานตามค่านิยม เช่น ระบบการจัดการความรู้ที่ส่งเสริมการแบ่งปันและเรียนรู้ร่วมกัน ระบบการติดตามและประเมินผลที่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามค่านิยม และระบบการสื่อสารที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกันอย่างโปร่งใส

องค์กรจะปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการตัดสินใจให้สอดคล้องกับค่านิยม โดยส่งเสริมการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วม การสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการ การเปิดกว้างต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนากระบวนการให้บริการจะมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่สะท้อนค่านิยมองค์กร โดยการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่เน้นความเชี่ยวชาญ ความเป็นมิตร การสร้างสรรค์ การปรับตัว และความซื่อสัตย์ มีการพัฒนาช่องทางการให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย และการสร้างกลไกรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการ

การบริหารทรัพยากรบุคคลจะถูกรับปรับให้สอดคล้องกับค่านิยม ตั้งแต่การสรรหา และคัดเลือกที่พิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยม การพัฒนาบุคลากรที่มุ่งเน้น การเสริมสร้างสมรรถนะตามค่านิยม การประเมินผลการปฏิบัติงานที่ให้น้ำหนักกับการแสดงออกถึงค่านิยม และการสร้างความก้าวหน้าในอาชีพที่สะท้อนการยึดมั่นในค่านิยมองค์กร

การติดตามและประเมินผลการบูรณาการค่านิยมสู่กระบวนการทำงานจะดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดตัวชี้วัดที่สะท้อนความสำเร็จในการปฏิบัติตามค่านิยม การรวบรวมข้อมูล และหลักฐานเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์และประเมินผล และการนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ทั้ง ๑๐ มาตรการนี้จะต้องดำเนินการอย่างบูรณาการและต่อเนื่อง โดยมีการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ค่านิยม MeRICH ฝังรากลึกจนกลายเป็นวัฒนธรรม องค์กรที่ยั่งยืนขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ (พิมพ์ครั้งที่ ๕). (๒๕๓๘) กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์

ฤกษ์ชัย คุณูปการ. (๒๕๓๙). หลักการและทฤษฎีการปลูกฝังจริยธรรม. พิษณุโลก : คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.

พระมหาอดิศร ถิรสีโล. (๒๕๔๐). คุณธรรมสำหรับครู. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (๒๕๔๖). พจนานุกรมไทยราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๖. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (๒๕๖๕). หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๖๖). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการนโยบาย รัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง.

กองกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมสุขภาพจิต. //(๒๕๕๙)//การมุ่งผลสัมฤทธิ์// สืบค้น ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๖. //จาก <https://plan.dmh.go.th/forums/index.php?topic=๑๐๓๑.๐>

การทางพิเศษแห่งประเทศไทย.// (๒๕๖๓)//วัฒนธรรม กทพ.// สืบค้น ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๖.// จาก <https://pubhtml5.com/slht/xgel/>