



**ประกาศองค์การตลาด**  
**เรื่อง นโยบายด้านการจัดการความรู้ขององค์การตลาด**

---

**๑. บทนำ**

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ "แนวทางองค์กรแห่งการเรียนรู้" เพื่อให้การบริหารจัดการความรู้ขององค์กรมีทิศทางที่ชัดเจน และทุกหน่วยงานได้ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน และส่งเสริมให้องค์การตลาด พัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (knowledge-Based Organization) โดยส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้งาน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนสามารถสร้าง วิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยนทัศนคติการทำงานของพนักงาน จึงได้กำหนดนโยบายการจัดการความรู้ (KM) ดังนี้

**๒. วิสัยทัศน์การจัดการความรู้**

องค์การตลาด บริหารจัดการองค์กรด้วยองค์ความรู้ มุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน มุ่งเน้น การมีส่วนร่วม เรียนรู้ แลกเปลี่ยน และพัฒนาองค์ความรู้ ตลอดจนส่งเสริมการบริหารจัดการความรู้ เพื่อ ขับเคลื่อนการดำเนินงานและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนภายในอำนาจ และหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ของ องค์การตลาด โดยส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้งาน เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (knowledge-Based Organization)

**๓. วัตถุประสงค์ของนโยบาย**

๓.๑ เพื่อให้องค์การตลาด สามารถใช้ในการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ภายในองค์กรให้ บรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ขององค์การตลาด และเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่าง ยั่งยืน

๓.๒ เพื่อสร้างบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์กร และให้บุคลากรในองค์การตลาด เห็นความสำคัญของการจัดการความรู้ เพื่อให้การจัดการความรู้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

๓.๓ เพื่อให้องค์การตลาด มีระบบการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสร้าง ประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์การตลาด

๓.๔ เพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากรขององค์การตลาด ให้เป็นผู้มีความสามารถในการเรียนรู้และ ปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

/๔.ขอบเขตนโยบาย...

#### ๔. ขอบเขตนโยบาย

นโยบายฉบับนี้ใช้เป็นกรอบและแนวทางสำหรับกรรมการองค์การตลาด ผู้บริหารผู้ปฏิบัติงานในองค์การตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้สำหรับการบริหารจัดการความรู้ขององค์การตลาด

#### ๕. คำจำกัดความ/คำนิยาม

“องค์การ” หมายความว่า “องค์การตลาด”

“คณะกรรมการ” หมายความว่า “คณะกรรมการองค์การตลาด”

“คณะอนุกรรมการ” หมายความว่า “คณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล”

“ผู้บริหารระดับสูง” หมายความว่า “ผู้อำนวยการองค์การตลาด รองผู้อำนวยการองค์การตลาด และเลขานุการองค์การตลาด”

“พนักงาน” หมายความว่า “ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างขององค์การตลาด”

“ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” หมายความว่า บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่ได้รับผลกระทบหรือได้รับประโยชน์ และ/หรือมีผลกระทบหรือเสียผลประโยชน์อันเกิดจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์หรือการดำเนินงานขององค์กร

“การจัดการความรู้” (Knowledge Management : KM) คือ การสร้างแสวงหารวบรวม จัดระบบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาระบบจากข้อมูลไปสู่สารสนเทศเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้และเกิดการเรียนรู้ภายในองค์กร และบรรลุเป้าหมาย ๓ ประการ ได้แก่ (๑) การพัฒนาคน (๒) การพัฒนางาน (๓) การพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรแห่งเรียนรู้

#### ๖. นโยบายการจัดการความรู้

องค์การตลาด เล็งเห็นความสำคัญในการบริหารจัดการความรู้ ต่อการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ให้สอดคล้องตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดี จึงได้กำหนดนโยบายการจัดการความรู้ ดังนี้

๖.๑ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการความรู้ขององค์กร ให้เป็นทิศทางเดียวทั้งองค์กรโดยยึดหลักแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ

๖.๒ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อการจัดการความรู้ให้กับบุคลากรให้เห็นถึงความสำคัญและมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้

๖.๓ ส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

๖.๔ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างกว้างขวาง ในองค์กรและภายนอกองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และนำมาพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องและต่อยอดเป็นนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนต่อพันธกิจขององค์การตลาด

## ๗. โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

องค์การตลาดกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การกำกับดูแล และติดตามงานด้านการจัดการความรู้ ภายใต้คณะกรรมการชุดต่าง ๆ ดังนี้

๗.๑ คณะกรรมการองค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินงานตามนโยบาย ด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการความรู้ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด และกำกับดูแล ติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๗.๒ คณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล มีบทบาทหน้าที่ในการ พิจารณากำหนดทิศทาง นโยบาย และแนวทางการขับเคลื่อนการบริหารจัดการความรู้ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจขององค์การตลาด และระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้ ทั้งทั้งองค์กร

๗.๓ คณะกรรมการด้านการจัดการความรู้ขององค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการเสนอกรอบ แนวทางการบริหารจัดการความรู้ และกรอบนโยบายด้านการจัดการความรู้และการบริหารจัดการความรู้ของ องค์การตลาด กำหนดรูปแบบโครงสร้างการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ขององค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการความรู้ และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการ พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้บริหารระดับสูงปฏิบัติตนเป็นต้นแบบที่ดี (Role Model) ด้านการบริหารจัดการความรู้ และกำกับดูแล ติดตาม สนับสนุนการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และสถาปัตยกรรม องค์การขององค์การตลาด เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล อย่างมีมาตรฐาน เกิดประโยชน์คุ้มค่ากับการ ลงทุน และถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง และนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจริยธรรม จรรยาบรรณ รวมทั้งมีการกำกับดูแลกิจการตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป พร้อมทั้งสื่อสาร ถ่ายทอดองค์ความรู้ และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับนโยบาย ให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างขององค์การตลาด รับทราบพร้อมนำไปปฏิบัติ

๗.๔ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างขององค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนและ สนับสนุนการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่และประยุกต์ใช้เครื่องมือและวิธีการ พัฒนาระบบการจัดการความรู้ภายในองค์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้เป็นไปตามนโยบาย คู่มือ แผนแม่บท และแผนการดำเนินงานประจำปีของการจัดการความรู้ขององค์การตลาด

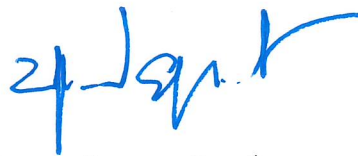
๗.๕ ฝ่ายบริหารบุคคล มีบทบาทหน้าที่ ดำเนินงานการบริหารจัดการความรู้ตามกระบวนการ จัดการความรู้ (KM Process) ขององค์การตลาด โดยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ขององค์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านพัฒนาและบริหารการเรียนรู้ ดำเนินงานบริหารองค์ ความรู้ในองค์กรส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการสัมมนาอบรม ศึกษาดูงานทั้งภายในและ ภายนอกประเทศจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านทางระบบ E-Learning

#### ๘. การติดตาม ประเมินผล และรายงาน

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด องค์การตลาดจัดให้มีการติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานและการปฏิบัติตามนโยบายด้านการจัดการความรู้และการบริหารการจัดการความรู้ ต่อผู้บริหารระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ โดยเสนอคณะกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพิจารณา และเสนอต่อคณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อทราบ

ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานองค์การตลาด มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับนโยบายด้านการจัดการความรู้และการบริหารการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ยกย่องผลการดำเนินงานในทุกมิติ สนับสนุนให้องค์การตลาดก้าวไปสู่ การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน ซึ่งคณะกรรมการองค์การตลาดในคราวประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗ มีมติเห็นชอบและให้ใช้นโยบายตามประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายบุญเลิศ ยุกตะนันท์)  
ผู้อำนวยการองค์การตลาด