



**การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร ตามมาตรฐานทางจริยธรรม
ประจำปี 2565 ของการรถไฟแห่งประเทศไทย**

WINNING CULTURE



ย่อมาจาก
INTEGRITY
ซื่อสัตย์สุจริต

หมายถึง
ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต
โปร่งใสตรวจสอบได้ จริงใจ
กล้ายืนหยัดในความถูกต้อง
ดำเนินการตามหลัก
ธรรมาภิบาล



ย่อมาจาก
ACCOUNTABILITY
รับผิดชอบต่อนหน้าที่

หมายถึง
มุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบ
ต่อนหน้าที่ หรือ การกระทำ
ของตนเองและส่วนรวม
เพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร
และรับผิดชอบต่อผลลัพธ์



ย่อมาจาก
MASTERING PROFESSIONALISM
มีความเชี่ยวชาญ

หมายถึง
มีความรอบรู้เชี่ยวชาญ
ทันสมัยในงานของตนเอง
เรียนรู้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
และภาคภูมิใจในองค์กร



ย่อมาจาก
SERVICE MIND & SAFETY
มุ่งมั่นบริการ

หมายถึง
บริการด้วยความมุ่งมั่นทุ่มเท
เต็มศักยภาพ เพื่อตอบสนอง
ความต้องการลูกค้าภายใน
และภายนอกองค์กร
และให้ความสำคัญกับ
ความปลอดภัยสูงสุด



ย่อมาจาก
READY TO CHANGE
พร้อมใจปรับเปลี่ยน

หมายถึง
กล้าคิดและทำสิ่งใหม่ๆ
อย่างสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมรับ
ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง
จากทั้งภายในและภายนอก
องค์กร



ย่อมาจาก
TEAMWORK
ร่วมกันเป็นทีม

หมายถึง
ทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว
โดยมีเป้าหมายร่วมกัน
สามารถพึ่งพากันและกัน
ด้วยความไว้วางใจ เพื่อที่จะ
บรรลุประสิทธิภาพและ
เป้าหมายสูงสุดขององค์กร





แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565 โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการรถไฟฟ้าฯ ในการประชุมครั้งที่ 11/2564: 16 กันยายน 2564

ความเห็นคณะกรรมการต่าง ๆ



คณะกรรมการด้านการจัดการ (MC) ครั้งที่ 17/2564 เมื่อวันที่ 26 ส.ค. 64

เห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565 โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟแห่งประเทศไทย และเห็นควรให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคล มุ่งเน้นเรื่องการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ลงสู่การปฏิบัติ ตลอดจนการขับเคลื่อนงานให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี และติดตาม ตรวจสอบ (Monitor) การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ หากการจัดทำแผนการสื่อสารภายในองค์กร (ศปส.) แล้วเสร็จ เห็นควรนำมาเพิ่มเติมและบูรณาการแนวทางการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่อไปในปี 2565



คณะอนุกรรมการ EX-Com ครั้งที่ 16/2564 เมื่อวันที่ 10 ก.ย. 64

เห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565 โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่มีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และเห็นควรให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพิ่มเติมเรื่องการจัดทำ KM Award ไว้ในแผนงาน/กิจกรรมด้วย ซึ่งฝ่ายทรัพยากรบุคคล จะนำไปปรับรูปแบบของกิจกรรมให้เกิดความเหมาะสมกับบริบทขององค์กรต่อไป

มติ ครร. เห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปี 2565

สำเนาความเห็นและมติที่ประชุม ข้อความตัดจากบันทึกรายงานการประชุมคณะกรรมการรถไฟ ครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๔
วันพฤหัสบดีที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๖๔
(คณะกรรมการฯ รับรองในการประชุม ครร. ครั้งที่ ๑๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๖๔)

ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่อง เพื่อพิจารณา

๔.๑ - ๔.๗ ฯลฯ

๔.๘ เรื่อง ขอความเห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ โครงการสร้าง
วัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟแห่งประเทศไทย

นายนิรุฒ มณีพันธ์ ผู้ว่าการรถไฟฯ ในฐานะเลขานุการ เสนอให้ที่ประชุมพิจารณาเรื่อง
ตามระเบียบวาระที่ ๔ ข้อ ๔.๘ ในรายงานของการรถไฟฯ เลขที่ รฟ๑/๒๕๑๑/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๔
โดยขออนุญาตเชิญ นายพีระเดช หนูขวัญ รองผู้ว่าการกลุ่มยุทธศาสตร์ และนางสุภรดา จำปาเหลือง
รองผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล เข้าชี้แจงรายละเอียด ดังนี้

นางสุภรดา จำปาเหลือง รองผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายทรัพยากรบุคคล รายงานให้
ที่ประชุมทราบเพิ่มเติมว่า เพื่อให้องค์กรสามารถแปลงค่านิยมองค์กร (Core Value)สู่การสร้างวัฒนธรรม
องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยผ่านกระบวนการเปลี่ยนความเชื่อและทัศนคติ ปรับความคิด ปรับปรุง
พฤติกรรมในการอยู่และทำงานร่วมกันของคนในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการสร้างวัฒนธรรม
องค์กรที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจ สอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์
รองรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ
โดยแผนการดำเนินงานประจำปี มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน กำหนด
ผู้รับผิดชอบ และงบประมาณไว้ในแผนการดำเนินงานประจำปี และได้นำเสนอคณะกรรมการ
Executive Committee ในคราวการประชุม ครั้งที่ ๑๖/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๔ โดยได้พิจารณา
แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟฯ แล้ว

จึงเสนอขอความเห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ โครงการสร้างวัฒนธรรม
องค์กรของการรถไฟฯ

ซึ่งคณะกรรมการรถไฟฯ ได้มีความเห็นและมติที่ประชุม ดังนี้

ความเห็นคณะกรรมการรถไฟฯ

เรื่องนี้คณะกรรมการ Executive Committee ได้พิจารณาแล้วเพื่อให้โครงการสร้าง
วัฒนธรรมองค์กรของการรถไฟฯ ที่มีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ควรกำหนด KM Award ไว้ในแผนงาน/
กิจกรรมด้วย ซึ่งฝ่ายจัดการจะนำไปปรับรูปแบบของกิจกรรมให้เกิดความเหมาะสมกับบริบทขององค์กรต่อไป
และผู้ชี้แจงยืนยันว่าเพื่อให้เป็นไปตามบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานของการรถไฟฯ ประจำปี
งบประมาณ ๒๕๖๔ เกณฑ์วัดการดำเนินงานที่ ๗ ระดับความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งคณะกรรมการ
รัฐวิสาหกิจควรพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนเริ่มปีบัญชี

มติที่ประชุม

เห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรของ
การรถไฟแห่งประเทศไทย ตามที่การรถไฟฯ และคณะกรรมการ Executive Committee ได้พิจารณาเสนอ

ที่ รฟ.ลน.๑๐๐๐/๕๒๐ /๒๕๖๔

เสนอ การรถไฟฯ

เพื่อโปรดทราบ


(นางนันท์ ก้อนนาค)

คลน.

๒๗ ต.ค. ๖๔

ครร. เห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปี
งบประมาณ 2565 โครงการสร้างวัฒนธรรมองค์กร
ของการรถไฟฯ ในการประชุมคณะกรรมการรถไฟฯ
ครั้งที่ 11/2564 เมื่อวันที่ 16 ก.ย. 64

วิสัยทัศน์ของค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้ให้บริการระบบรางของรัฐที่ดีที่สุดในอาเซียนในปี 2570”

พันธกิจ

- ขยายขีดความสามารถในการบริการทางราง และการดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการขนส่ง
- บูรณาการการเชื่อมต่ออย่างครบวงจรและครอบคลุม ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศจากต้นทางสู่ปลายทาง
- สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการทำธุรกิจเชิงรุก และการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมการกระจายความเจริญ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านบริการขนส่งขั้นพื้นฐานแก่ประเทศ สถาบันและสังคม
- ประยุกต์ใช้ระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบ เติบโตแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ (Strategies)



ยุทธศาสตร์ที่ 1

การเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการขนส่งทางราง



ยุทธศาสตร์ที่ 2

การเพิ่มรายได้และการลดค่าใช้จ่าย



ยุทธศาสตร์ที่ 3

การขับเคลื่อน และการยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน

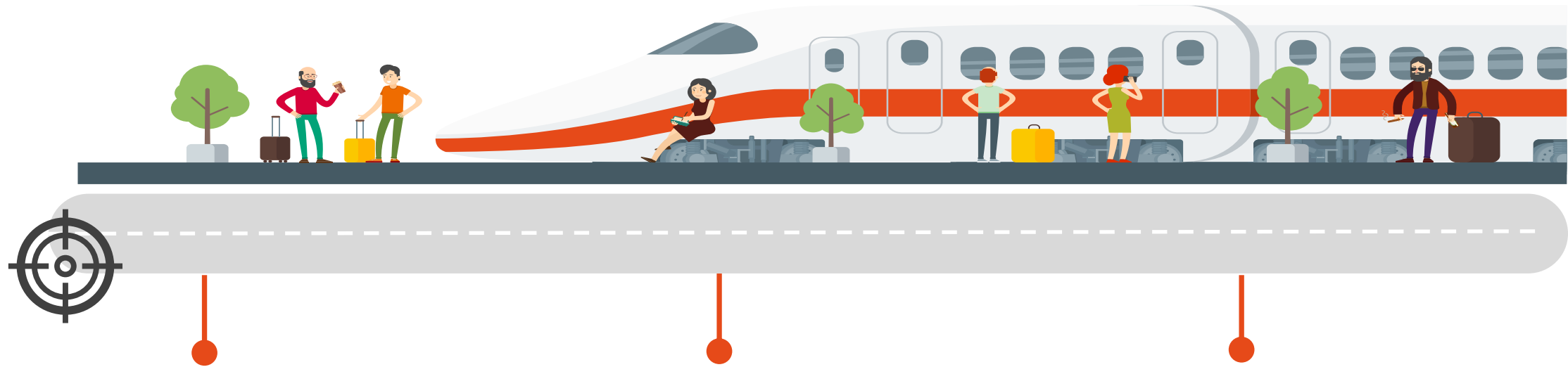
วิสัยทัศน์ค่านิยม

ค่านิยมองค์กร

เสริมศักยภาพอนาคตรถไฟไทย
ภาพลักษณ์ใหม่ด้วยค่านิยมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร

กิจกรรมส่งเสริมค่านิยม



2560-2562

สร้างการรับรู้



2563-2564

สร้างความเข้าใจ



2565 เป็นต้นไป

เปลี่ยนสู่การปฏิบัติ

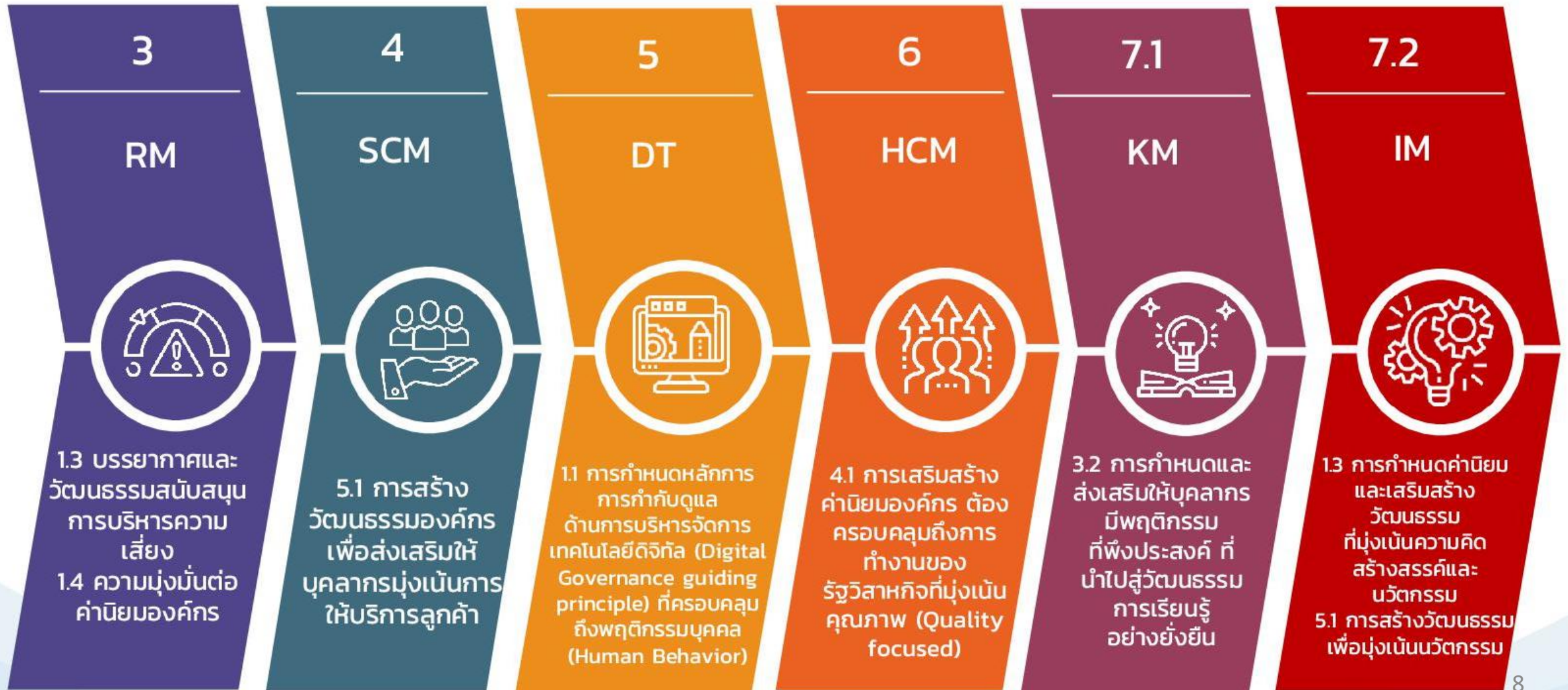
- เรียนรู้ค่านิยมเชิงกว้าง
- เรียนรู้จากการสร้าง Gimmick
- สื่อความส่วนภูมิภาค
- แสดงผลงาน Culture's Day

- ผู้บริหารต้นแบบ (Role Model)
- เรียนรู้ค่านิยมเชิงลึก (Boot Camp)
- ประกวดโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมฯ
- พัฒนา All Star

- ปลุกฝัง DNA การรถไฟฯ ยุคใหม่
- แผนปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายในสู่ภายนอกผ่านการสร้างวัฒนธรรม

ความเกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์การประเมินรัฐวิสาหกิจ

เกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่อยู่ใน Enablers ด้านต่าง ๆ



ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการสร้างวัฒนธรรมฯ กับยุทธศาสตร์ด้านอื่น ๆ ที่สำคัญ

ยุทธศาสตร์ด้านอื่น ๆ

FR = Financial Risk DTS = Digital Strategy

KMS = Knowledge Management Strategy

IMS = Innovation Management Strategy

ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารทุนมนุษย์

1

HCMS1

กระตุ้นการจัดการการเปลี่ยนแปลง ที่ตอบสนองต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2

HCMS2

ขับเคลื่อนระบบการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อรักษาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และผู้มีศักยภาพสูง

3

HCMS3

เสริมสร้างความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านระบบรถไฟทางไกลสู่การเป็นผู้ให้บริการระบบรางของรัฐที่ดีที่สุดในอาเซียน

4

HCMS4

พลิกโฉมภาพลักษณ์ของศูนย์ฝึกอบรมสู่การเป็นสถาบันฝึกอบรมระบบราง ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

5

HCMS5

ยกระดับบทบาทของหน่วยงานด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ และเป็นคู่คิดกับสายงานภายในองค์กร

ยุทธศาสตร์องค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการขนส่งทางราง

ยุทธศาสตร์ที่ 2

การเพิ่มรายได้และการลดค่าใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การขับเคลื่อนและยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน

แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เพื่อให้ รพท. มีแนวทางการจัดการ การเปลี่ยนแปลงที่รองรับรูปแบบ การดำเนินธุรกิจในอนาคต	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กระตุ้นการจัดการการเปลี่ยนแปลง ที่ตอบสนองต่อการดำเนินธุรกิจของ องค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต	กลยุทธ์ที่ 1.1 ปลูกฝัง DNA การรถไฟฯ ยุคใหม่	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม แผนปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง จากภายในสู่ภายนอกผ่านการสร้างวัฒนธรรม (Upgrade SRT branding through culture)	วัตถุประสงค์ - เพื่อใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการปรับภาพลักษณ์องค์กร จากภายในสู่ภายนอก - เพื่อใช้การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงในการเตรียม ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจในอนาคต
---	--	---	--	--

ประเด็นความเสี่ยงของแผนงาน/
โครงการ :

การไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง
ในการดำเนินการตามกิจกรรมตามแนวทางและ
กลไกในการบริหารการจัดการการเปลี่ยนแปลง
ขององค์กร

แนวทางการควบคุมความเสี่ยง

เดินสายพูดคุยกับผู้บริหาร
ก่อนจัดกิจกรรม

ตัวชี้วัด KPI ของแผนงาน/โครงการ:

1. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผน
2. ระดับการรับรู้หรือรู้จักการรถไฟฯ ในภาพลักษณ์ที่ทันสมัย
3. ระดับคะแนนพฤติกรรมความพร้อมปรับเปลี่ยนของบุคลากร



ชื่อผู้รับผิดชอบหลัก
ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล

ชื่อผู้รับผิดชอบรอง
หัวหน้ากองพัฒนาองค์กรและการบริหารงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เป้าหมาย	ประมาณการ (ผลงาน)แต่ละเดือนของแต่ละขั้นตอนการดำเนินงาน (%)												
	ปี 2565	ปี 2565												ปี
	(แต่ละขั้นตอน)	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	2566-2570
1. การเสริมสร้างการรับรู้และเข้าใจ (Understanding) 1.1 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์คำนิยามองค์กรผ่านช่องทางต่าง ๆ 1.2 การสร้างภาพจำส่งเสริมการรับรู้คำนิยามองค์กร (Gimmick) 1.3 กิจกรรม Core Value Delivery	13.50													
2. การสร้างความตระหนัก (Awareness) 2.1 การอบรม/สัมมนาให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคำนิยามเชิงกว้าง 2.2 การอบรม/สัมมนาให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคำนิยามเชิงลึก (Boot Camp)	4.50													
3. การแปลงคำนิยามสู่การปฏิบัติ 3.1 ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องและมีผลกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร นำไปสู่การปรับภาพลักษณ์องค์กร เช่น แผนวิสาหกิจ รูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่กำลังจะเปลี่ยนแปลง ข้อมูลประชากร (Demographic) ของบุคลากรในองค์กร เป็นต้น 3.2 ออกแบบแนวทางและกลไกในการบริหารการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์กร 3.3 สร้างทีมเจ้าภาพหรือแนวร่วมชี้แนะ (Guiding Coalition) การกำหนดบุคลากรผู้มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลง (ผู้อุปถัมภ์การเปลี่ยนแปลง: Change Sponsor ผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง: Change Advocate ผู้นำการเปลี่ยนแปลง: Change Agent ผู้ที่จะต้องเปลี่ยนแปลง: Change Target) เป็นต้น รวมถึงกำหนดคุณสมบัติและคุณลักษณะของบุคลากรกลุ่มต่าง ๆ ดังกล่าว	61.00													

แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เป้าหมาย	ประมาณการ (ผลงาน)แต่ละเดือนของแต่ละขั้นตอนการดำเนินงาน (%)												
	ปี 2565	ปี 2565												ปี
	(แต่ละขั้นตอน)	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	2566-2570
3. การแปลงคำนิยามสู่การปฏิบัติ (ต่อ)														
3.4 ออกแบบกิจกรรมเพื่อสร้างความสำเร็จระยะสั้น (Quick Win) และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงจนเกิดเป็นพฤติกรรมและนำไปสู่การปรับภาพลักษณ์องค์กร เช่น														
3.4.1 กิจกรรมการมีส่วนร่วมและสนับสนุนจากผู้บริหารในการเตรียมการและเป็นต้นแบบในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่การปรับภาพลักษณ์องค์กร														
3.4.2 กิจกรรมเพื่อการขับเคลื่อนพฤติกรรมแต่ละตัวของแต่ละช่วงของการสร้างพฤติกรรม (รับรู้ ตระหนัก เข้าใจ)														
3.5 สื่อสารแนวทางและกลไกในการบริหารจัดการการจัดการเปลี่ยนแปลงขององค์กรเพื่อนำไปสู่การปรับภาพลักษณ์องค์กร														
3.6 ดำเนินกิจกรรมการออกแบบในข้อ 3.4 โดยมีแนวทางและกลไกในการบริหารจัดการการจัดการเปลี่ยนแปลงขององค์กรตามการออกแบบในข้อ 3.2 ช่วยสนับสนุน														
4. การติดตาม วิเคราะห์ และประเมินผลการดำเนินงาน														
4.1 ประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง														
4.2 ประเมินระดับพฤติกรรมพร้อมใจปรับเปลี่ยน	21.00													
4.3 สสำรวจการรับรู้หรือรู้จักการรถไฟฟ้า ในภาพลักษณ์ใหม่ (อาจรวมสำรวจกับฝ่ายการตลาด)														
4.4 ติดตามและประเมินผล เพื่อนำมาปรับปรุง/ทบทวนทุกปีอย่างต่อเนื่อง														

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน	2565	2566	2567	2568	2569	2570
1. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผน (ระดับ 1 = 60%, ระดับ 2 = 70%, ระดับ 3 = 80%, ระดับ 4 = 90%, ระดับ 5 = 100%)	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือบุคคลภายนอกร้อยละ 75 มีระดับการรับรู้หรือรู้จักการรถไฟฟ้า ในภาพลักษณ์ที่ทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด (4.21 คะแนนขึ้นไป)	3.41	3.61	3.81	4.01	4.11	4.21
3. ระดับคะแนนพฤติกรรมพร้อมใจปรับเปลี่ยนของบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด (4.21 คะแนนขึ้นไป)	3.41	3.61	3.81	4.01	4.11	4.21

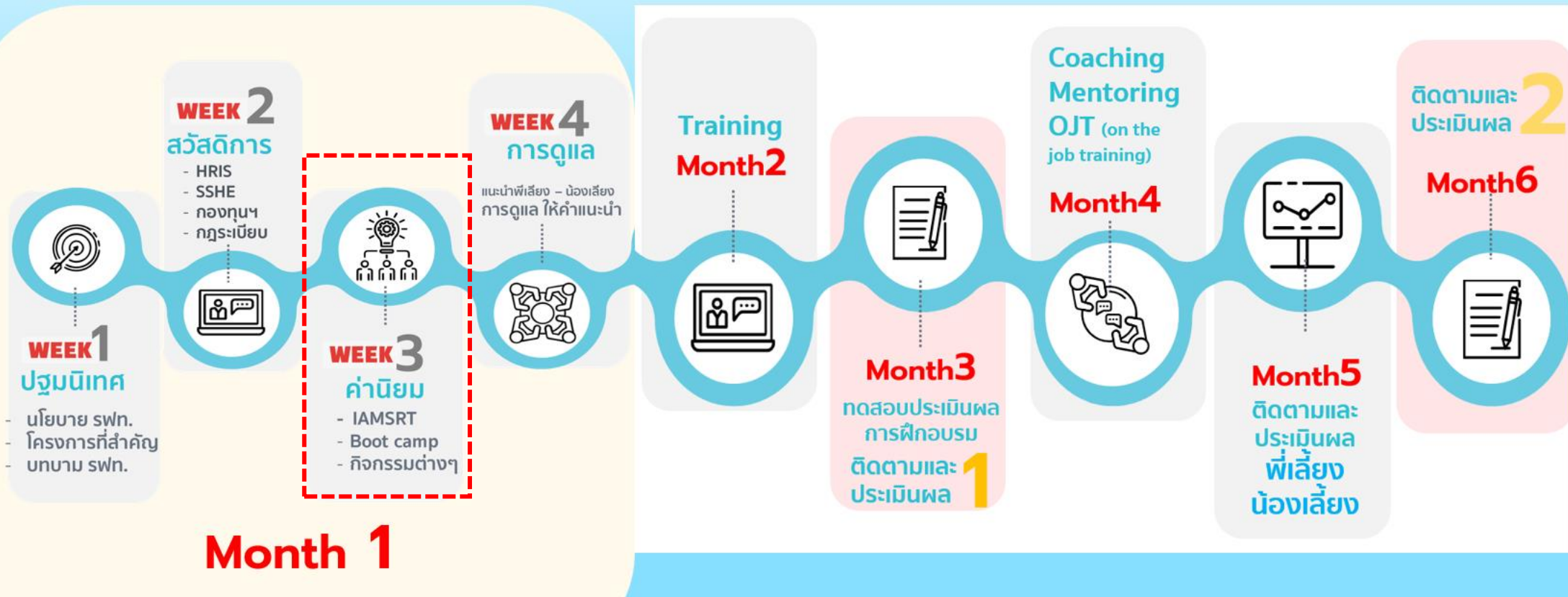


**กิจกรรมเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร ตามมาตรฐานทางจริยธรรม
ประจำปี 2565 ของการรถไฟแห่งประเทศไทย**



Welcome SRT New Gen 2022

Roadmap



► ผู้บริหาร ได้ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามค่านิยมองค์กร ตั้งแต่หลักสูตรการปฐมนิเทศพนักงานใหม่



Welcome SRT New Gen 2022



ทุกคนล้วนกลัวการเปลี่ยนแปลงเมื่อต้องย้ายงานใหม่ หรือทำงานในที่ใหม่ เพราะยากจะคาดเดาได้ว่าต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางสังคม หรือวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากที่เคยเจออย่างไรบ้าง หรือที่เรียกว่า **“Culture Shock”**

วัตถุประสงค์

- สื่อสารความเป็น IAMSRT ให้พนักงานใหม่ได้เห็นอย่างชัดเจน
- สร้างรากฐานในการทำงาน สร้าง Mindset ให้มองไปในทิศทางเดียวกัน
- สร้าง Passion ในการทำงานให้กับพนักงานใหม่
- มีความคิดสร้างวัฒนธรรมองค์กรบนพื้นฐานของค่านิยม และสามารถระบุวิธีการได้อย่างน้อย 1 วิธี

ผลลัพธ์

- ผู้เข้าอบรมมีทัศนคติเชิงบวก และมีพฤติกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรตามค่านิยมองค์กร IAMSRT
- ผู้เข้าอบรมมีแรงบันดาลใจในการทำงาน รู้สึกรักผูกพันกับองค์กร
- ผู้เข้าอบรมกล้าแสดงออกและเสนอความคิดเห็นเชิงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร

ข้อกำหนดเบื้องต้น

- ผู้เข้ารับการอบรมต้องผ่านการเรียนหลักสูตร E-Training ค่านิยมองค์กร IAMSRT ประกอบด้วย VDO 14 คลิป (รวมระยะเวลา 1 ชม. 38 นาที) 1 แบบทดสอบ 1 แบบทดสอบ และ 1 แบบประเมินผล

กลุ่มเป้าหมาย

- พนักงานใหม่ที่บรรจุในปีงบประมาณ 2565

กิจกรรมพอสังเขป

- กิจกรรม ละลายพฤติกรรม : สร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ที่เป็นมิตร และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ (S/ R/ T)
- กิจกรรม แฟมพันธ์ุแท้ สฟท. : ปลูกฝังความรักความผูกพันในองค์กร และฝึกทักษะการทำงานร่วมกันเป็นทีม (A/ S/ T)
- กิจกรรม กลุ่มย่อย I AM IAMSRT (15 นาที) และกิจกรรม Presentation & Debriefing (20 นาที) (A/ S/ T)
- กิจกรรม Cooking Mission : เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน และ การใช้ชีวิต (I/ S/ R/ T)
- กิจกรรม IAMSRT Innovator : เพื่อให้เข้าใจและฝึกเรื่องกระบวนการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation Thinking) ที่นำไปปรับใช้ได้จริง (I/ A/ M/ S/ R/ T)
- กิจกรรม IAMSRT Move! : เพื่อฝึกออกจาก Comfort Zone และการกล้าแสดงออก (M/ S/ R/ T)
- กิจกรรม จับจะทำ : เพื่อทำให้สิ่งที่ได้เรียนรู้จับต้องได้ (I/ S)
- กิจกรรม Debriefing และ Checkout : เพื่อแบ่งปันและสรุปการเรียนรู้ (I/ S / R)

ตัวชี้วัดของกิจกรรม : ระดับความรับรู้หรือรู้จากการรณไฟฟ้า ในภาพลักษณ์ที่ทันสมัย

การแปลงค่านิยมสู่การปฏิบัติ

ตัวชี้วัดตามนโยบาย ของกลุ่มผู้บริหารระดับ 12-14

ภารกิจ/ตัวชี้วัด	ระดับค่าเป้าหมาย					ร้อยละ น้ำหนัก
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 4	ระดับ 5	
ตัวชี้วัด : 2.4 ระดับความสำเร็จของ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดการ ความรู้และนวัตกรรม รวมถึงค่านิยม ขององค์กร (ตามปรากฏในสำเนารายงานการ ประชุมหน่วยงานแบบเสนอผลการ ประเมินเมื่อสิ้นปี)	สามารถดำเนินการ สื่อสารนโยบายการ จัดการความรู้และ นวัตกรรมรวมถึง ค่านิยมขององค์กร ให้กับพนักงานใน สังกัดผ่านการประชุม หรือสัมมนาภายใน หน่วยงาน น้อยกว่า 4 ครั้ง	สามารถดำเนินการ สื่อสารนโยบายการ จัดการ ความรู้และนวัตกรรม รวมถึงค่านิยมของ องค์กรให้กับพนักงานใน สังกัด ผ่านการประชุมหรือ สัมมนาภายในหน่วยงาน จำนวน 4 ครั้ง	สามารถดำเนินการสื่อสาร นโยบายการจัดการ ความรู้และนวัตกรรม รวมถึงค่านิยมขององค์กร ให้กับพนักงานในสังกัด ผ่านการประชุมหรือ สัมมนาภายในหน่วยงาน จำนวน 5 ครั้ง	สามารถดำเนินการตาม ค่าเป้าหมายระดับ 3 และนำเสนอแผน การขับเคลื่อนการจัดการ ความรู้และนวัตกรรมของ หน่วยงาน ประจำปี 2566 ต่อคณะอนุกรรมการ การจัดการความรู้และ นวัตกรรมภายในวันที่ 31 กรกฎาคม 2565	สามารถดำเนินการตาม ค่าเป้าหมายระดับ 3 และนำเสนอแผน การขับเคลื่อนการจัดการ ความรู้และนวัตกรรมของ หน่วยงาน ประจำปี 2566 ต่อคณะอนุกรรมการ การจัดการความรู้และ นวัตกรรมภายในวันที่ 15 กรกฎาคม 2565	7