

โครงการการจัดการความรู้ พส. พัฒนาสังคมและสวัสดิการ (๑ หน่วยงาน ๑ KM)

หน่วยงาน.....ศูนย์พัฒนารัฐบาลบนพื้นที่สูงจังหวัดลำพูน.....

๑. คณะทำงาน KM Team :

ตามคำสั่งศูนย์พัฒนารัฐบาลบนพื้นที่สูงจังหวัดลำพูน ที่ ๒๗/๒๕๖๗ เรื่อง การแต่งตั้งคณะทำงาน KM TEAM ศพพ.ลำพูน สั่ง ณ วันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๗ จำนวน ๑๑ คน

| | | | |
|------|--------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| ๑.๑ | นางสาวกัญญาพัชญ์ สันติจิราวัชร | ผู้อำนวยการศูนย์ฯ | ประธานกรรมการ |
| ๑.๒ | นางสาวพัชรินทร์ ตันกลาง | หัวหน้าฝ่ายบริหาร | รองประธานกรรมการ |
| ๑.๓ | นางสาววริชญา ประสมเพชรศิริ | หัวหน้าฝ่ายพัฒนา | กรรมการ |
| ๑.๔ | นายน้อม ทรัพย์เจริญ | หัวหน้าเขตฯ ท่งหัวช้าง | กรรมการ |
| ๑.๕ | นายพรตศักดิ์ โนจา | หัวหน้าเขตฯ ลี้ | กรรมการ |
| ๑.๖ | นางรำพรรณ วงศ์จันทร์ดี | หัวหน้าเขตฯ แม่ทา | กรรมการ |
| ๑.๗ | นายชวลิต มะโนธรรม | หัวหน้าเขตฯ บ้านโฮ้ง | กรรมการ |
| ๑.๘ | นางสาวเนตรนภา กันทะสาม | หัวหน้างานการเงินฯ | กรรมการ |
| ๑.๙ | นางชาลิณี อุดมะ | หัวหน้างานพัสดุฯ | กรรมการ |
| ๑.๑๐ | นางสาวกวิณทรา ปาดีคำ | นักพัฒนาสังคม | กรรมการ และเลขานุการ |
| ๑.๑๑ | นางสาวชิตชนก วิจารณ์จิตร | ครูช่วยสอนชาวเขา | กรรมการ และผู้ช่วยเลขานุการ |

๒. หัวข้อประเด็นความรู้ ...“ภาษากาย ภาษาใจ ปกาเกอญอ อย่างง่าย กับ ศพพ.ลำพูน”

๓. ที่มาของการจัดการความรู้

ศูนย์พัฒนารัฐบาลบนพื้นที่สูงจังหวัดลำพูน (ศพพ.ลำพูน) มีบทบาทภารกิจส่งเสริมสิทธิและพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎรบนพื้นที่สูง จำนวน ๔๔,๒๓๕ คน ๑๔,๗๖๙ ครัวเรือน ในพื้นที่ ๔ เขตพัฒนารัฐบาลบนพื้นที่สูง (ลี้, ท่งหัวช้าง, แม่ทา, บ้านโฮ้ง) ราษฎรบนพื้นที่สูง ร้อยละ ๙๐ เป็นชาติพันธุ์ปกาเกอญอ การให้บริการโดยการสื่อสารภาษาเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้การเข้าถึงสิทธิและเข้าถึงบริการด้านสังคมได้ตรงประเด็น ประกอบกับบุคลากรของหน่วยงาน ศพพ.ลำพูน ร้อยละ ๕๐ เป็นเจ้าหน้าที่เขตฯ ที่สื่อสารภาษาปกาเกอญอได้ ซึ่งจากวิเคราะห์อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน ระยะ ๓ ปี ข้างหน้านี้ พบว่า มีเจ้าหน้าที่ที่สื่อสารภาษาปกาเกอญอได้ จะครบเกษียณอายุราชการ ปีละ ๑ คน จำนวน ๓ คน องค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถด้านภาษาปกาเกอญอก็จะสูญหายไปกับเจ้าหน้าที่ที่เกษียณอายุราชการไป และเมื่อพ้นจากราชการไปแล้ว บางรายปรับตัวไม่ได้ หรือไม่ได้วางแผนก่อนเกษียณ จะประสบปัญหาว่างงาน หรือซึมเศร้าหลังพ้นจากอายุราชการ

/๔. วัตถุประสงค์....

๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อสามารถสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจในชีวิตประจำวันอย่างง่าย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายราชกรบนพื้นที่สูงด้านภารกิจด้านสังคมและคุณภาพชีวิต

๔.๒ เพื่อสืบทอดคลังปัญญาของเจ้าหน้าที่ก่อนวัยเกษียณและอาจมาเป็นพี่เลี้ยงด้านภาษาให้กับรุ่นน้องในหน่วยงาน เมื่อพ้นจากราชการไปแล้ว มีความภาคภูมิใจ มีคุณค่า ไม่ซึมเศร้าหลังพ้นจากอายุราชการ

๔.๓ เพื่อเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ ช่วยหนุนเสริมการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์

๕. ขั้นตอนและวิธีการจัดการความรู้ (โดยละเอียด)

๕.๑ ประชุมชี้แจงเรื่อง KM ให้กับเจ้าหน้าที่ศูนย์ และหารือออกแบบคณะทำงานฯ, ชื่อเรื่อง, แผนการดำเนินงาน, ร่างผลงานฯ

๕.๒ แต่งตั้งคณะทำงาน KM TEAM ศพพ.ลำพูน

๕.๓ ประชุมคัดเลือกชื่อเรื่อง, จัดทำแผนการดำเนินงาน, จัดทำร่างผลงาน

๕.๔ ดำเนินการตามแผน อาทิ ออกแบบฟอร์มให้ ๔ เขตพัฒนาราชกรบนพื้นที่สูง ช่วยคิดข้อความสื่อสาร แบ่งเป็นหมวดวัตถุประสงค์

๕.๕ ติดตามประเมินผล

๕.๖ ถอดบทเรียน

๕.๗ สรุปผลการดำเนินงาน

๕.๘ เผยแพร่และขยายผลในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ

๖. รายละเอียดความรู้ องค์ความรู้

ด้านภาษาปกากะญอ อย่างง่าย แบ่งเป็นหมวด คือ

๖.๑ หมวดชื่อวัตถุประสงค์ (เขตพัฒนาราชกรบนพื้นที่สูง ๕ ประเภท คือ เครื่องใช้ในครัวเรือน ๙ ชิ้น, เครื่องครัว ๑๔ ชิ้น, อุปกรณ์ใช้ในการเกษตร ๒๑ ชิ้น, อุปกรณ์ล่าสัตว์เพื่อเลี้ยงชีพ ๗ ชิ้น และเครื่องแต่งกาย ๖ ชิ้น รวม ๔๗ ชิ้น)

๖.๒ หมวดทักทาย สื่อการให้บริการ

๖.๓ หมวดชื่อเครือญาติ

๖.๔ หมวดชื่อปัจจัย ๔ ที่จำเป็น/ต้องการในชีวิตประจำวัน

๖.๕ หมวดชื่อแหล่งท่องเที่ยว (เพื่อส่งเสริมรายได้)

๖.๖ หมวดชื่อผลิตภัณฑ์ในชุมชน

๖.๗ หมวดชื่อลายผ้า

๖.๘ หมวดอื่นๆ (ถ้ามี)

๗. วิธีการขยายผล การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน KM ผ่านช่องทางต่าง ๆ

สื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในศูนย์และเขตฯ ขยายผลใช้กับกลุ่มเป้าหมายราษฎรบนพื้นที่สูงที่มาใช้บริการ/One Home พม.ลำพูน/เครือข่าย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ กลุ่ม Line ,Facebook,สื่อมวลชน,ผ่านสติ๊กเกอร์ติดถุงอาหารว่างและเครื่องดื่ม,ถุงใส่ผลิตภัณฑ์ (ใช้คำว่า “ตะ บล๊โตะมะ” หมายถึง “ขอบคุณ” ,ป้ายไม้เป็นภาษาพูดปกากะญอพร้อมความหมาย ติดตามต้นไม้บริเวณหลังอาคารศูนย์ ด้านในห้องน้ำ,คู่มือรูปเล่ม,เข็มกลัด, พวงกุญแจ,ที่ติดตู้เย็น,นำอักษรหรือภาษาอย่างง่ายมาปักบนเสื้อผ้า หรือพัฒนาทำสติ๊กเกอร์ไลน์ใช้สื่อสาร/จำหน่ายในแอป Line ต่อไป เป็นต้น เป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ ช่วยหนุนเสริมการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ได้อีกทางหนึ่ง

๘. ระบุผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม/เชิงประจักษ์ (บุคคลากรใช้ KM เข้ามาทำงานอย่างไร)

การสื่อสารมีคุณภาพ สร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทั้งในและนอกหน่วยงาน การพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์จะทำให้การทำงาน การสื่อสารสนุก มีความสุข มีพลังในการทำงาน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของกลุ่มเป้าหมายให้ดีขึ้นต่อไป

๙. ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จในการจัดการความรู้

การมีส่วนร่วม มีแผนและเป้าหมายเดียวกัน ความคิดสร้างสรรค์

๑๐. ปัญหา/อุปสรรค ในการจัดการความรู้

ช่วงเวลาเตรียมงาน วางแผนขับเคลื่อนงานดังกล่าว มีการปรับเปลี่ยนหัวหน้าหน่วยงาน และมีการเร่งเบิกจ่ายโครงการ/กิจกรรม เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง/คณะทำงาน KM TEAM ศพพ.ลำพูน ติดภารกิจลงพื้นที่

๑๑. การประเมินการจัดการความรู้ KM ของหน่วยงาน (ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานในการนำองค์ความรู้ไปใช้)

การนำไปใช้วัดจากแบบสอบถามความรู้ความพึงพอใจ พัฒนาเป็นคู่มือรูปแบบทดสอบการเรียนรู้ก่อนและหลัง,อัตคลิปเสียงในการสนทนา

๑๒. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการจัดการความรู้

ควรมีตัวอย่าง/รูปแบบเครื่องมือ/ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ เพื่อพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่อง

ศูนย์พัฒนาราชกรบนพื้นที่สูงจังหวัดลำพูน

1

๑. "ภาษากาย ภาษาใจ ปากเอะถอ อย่างง่าย กับ ศพพ.ลำพูน"

2

๒. ที่มาของการจัดการความรู้

- มีภารกิจส่งเสริมสิทธิและพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎรบนพื้นที่สูง (๔๔,๒๓๕ คน ๑๔,๗๖๙ ครัวเรือน) ในพื้นที่ ๔ เขตพัฒนาราชกรบนพื้นที่สูง (ลี, หุ่นช้าง, แม่ทา, บ้านโฮ้ง) ราษฎรบนพื้นที่สูง ร้อยละ ๙๐ เป็นชาติพันธุ์ปากเอะถอ การให้บริการโดยการสื่อสารภาษาเป็นเรื่องสำคัญ

- หน่วยงาน ศพพ.ลำพูน ร้อยละ ๕๐ เป็นเจ้าหน้าที่เขตฯ ที่สื่อสารภาษาปากเอะถอได้ พบว่า จะครบเกษียณอายุราชการภายใน ๓ ปี ข้างหน้า ปีละ ๑ คน อาจทำให้องค์ความรู้สูญหาย เกิดการซึมเศร้าหลังพ้นจากอายุราชการ

3

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อสื่อสารตามภารกิจได้อย่างง่าย สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๒ เพื่อสืบทอดคลังปัญญาของเจ้าหน้าที่ก่อนวัยเกษียณและหลังวัยเกษียณ

๓.๓ เพื่อเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์

4

๔. ขั้นตอนและวิธีการจัดการความรู้ (โดยละเอียด)

๔.๑ ประชุมชี้แจงเรื่อง KM ให้กับเจ้าหน้าที่ศูนย์ และหาเรือออกแบบคณะกรรมการ ชื่อเรื่อง, แผนการดำเนินงาน, ร่างผลงาน

๔.๒ แต่งตั้งคณะกรรมการ KM TEAM ศพพ.ลำพูน

๔.๓ ประชุมคัดเลือกชื่อเรื่อง, จัดทำแผนการดำเนินงาน, จัดทำร่างผลงาน

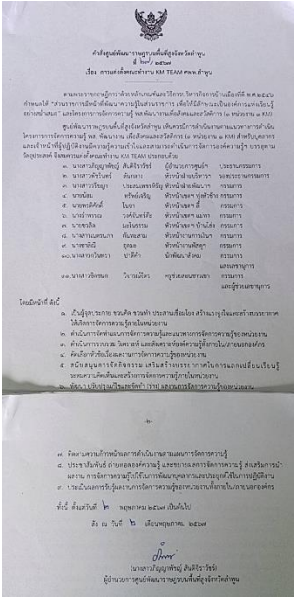
๔.๔ ดำเนินการตามแผน อาทิ ออกแบบฟอร์มให้ ๔ เขตพัฒนาราชกรบนพื้นที่สูง ช่วยคิดข้อความสื่อสาร แบ่งเป็นหมวดวัตถุประสงค์

๔.๕ ติดตามประเมินผล

๔.๖ ออกบทเรียน

๔.๗ สรุปผลการดำเนินงาน

๔.๘ เผยแพร่และขยายผลในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ



/๕. รายละเอียดความรู้...

๑๗

อินโฟการจัดการความรู้ พส. พัฒนาสังคมและสวัสดิการ (๑ หน่วยงาน ๑ KM)

5

๕. รายละเอียดความรู้ องค์ความรู้

ด้านภาษาปกากะญอ อย่างง่าย แบ่งเป็นหมวด คือ

๕.๑ หมวดชื่อวัตถุศิลป์ (เขตพัฒนาราชภูรบนพื้นที่สูง ๕ ประเภท คือ เครื่องใช้ในครัวเรือน ๙ ชิ้น, เครื่องครัว ๑๔ ชิ้น, อุปกรณ์ใช้ในการเกษตร ๒๑ ชิ้น, อุปกรณ์ล่าสัตว์เพื่อเลี้ยงชีพ ๗ ชิ้น และเครื่องแต่งกาย ๖ ชิ้น รวม ๔๗ ชิ้น)

๕.๒ หมวดทักทาย สื่อการให้บริการ

๕.๓ หมวดชื่อเครือญาติ

๕.๔ หมวดชื่อปัจจัย ๔ ที่จำเป็น/ต้องการในชีวิตประจำวัน

๕.๕ หมวดชื่อแหล่งท่องเที่ยว (เพื่อส่งเสริมรายได้)

๕.๖ หมวดชื่อผลิตภัณฑ์ในชุมชน

๕.๗ หมวดชื่อลายผ้า

๕.๘ หมวดอื่นๆ (ถ้ามี)

6

๖. วิธีการขยายผล การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน KM ผ่านช่องทางต่าง ๆ

สื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในศูนย์และเขตฯ ขยายผลใช้กับกลุ่มเป้าหมายราชภูรบนพื้นที่สูงที่มาใช้บริการ/One Home ชม. ลำพูน/เครื่องชาย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ กลุ่ม Line, Facebook, ี อมวลชน, ผ่านสติ๊กเกอร์ติดถุงอาหารว่าง และเครื่องดื่ม, ถุงใส่ผลิตภัณฑ์ (ใช้คำว่า "คะ บลิโคมะ" หมายถึง "ขอบคุณ" ,ป้ายไม้เป็นภาษาพูดปกากะญอพร้อมความหมายติดตามตั้งไม้บริเวณหลังอาคารศูนย์ ด้านในห้องน้ำ, คู่มือรูปเล่ม, เข็มกลัด, พวงกุญแจ, ที่ติดตู้เย็น, ป้ายอักษรหรือภาษาอย่างง่าย มาปักบนเสื้อผ้า หรือพัฒนาทำสติ๊กเกอร์ไลน์ใช้สื่อสาร/จำหน่ายในแอป Line ค้อไป เป็นต้นเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ ช่วยหนุนเสริมการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ได้อีกทางหนึ่ง

7

๗. ระบุผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม/เชิงประจักษ์ (บุคคลากรใช้ KM เข้ามาทำงานอย่างไร)

การสื่อสารมีคุณภาพ สร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทั้งในและนอกหน่วยงาน การพัฒนาสื่อ ที่สร้างสรรค์ จะทำให้การทำงาน การสื่อสารสนุก มีความสุข มีพลังในการทำงาน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของกลุ่มเป้าหมายให้ดีขึ้นต่อไป

8

๘. ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จในการจัดการความรู้

การมีส่วนร่วม มีแผนและเป้าหมายเดียวกัน ความคิดสร้างสรรค์

9

๙. ปัญหา/อุปสรรค ในการจัดการความรู้

ช่วงเวลาเตรียมงาน วางแผนขับเคลื่อนงานดังกล่าว มีการปรับเปลี่ยนหัวหน้าหน่วยงาน และมีการเร่งเบิกจ่ายโครงการ/กิจกรรม เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง/คณะทำงาน KM TEAM สทพ.ลำพูน ติดภารกิจลงพื้นที่

10

๑๐. การประเมินการจัดการความรู้ KM ของหน่วยงาน (ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ในการนำองค์ความรู้ไปใช้)

การนำไปใช้วัดจากแบบสอบถามความรู้ความพึงพอใจ พัฒนาเป็นคู่มือฟอร์ม แบบทดสอบการเรียนรู้ก่อนและหลัง, อัปเดตคลิปเสียงในการสนทนา



๑๑. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการจัดการความรู้

ควรมีตัวอย่าง/รูปแบบเครื่องมือ/ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ เพื่อพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่อง

