



## แผนยุทธศาสตร์ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2563 – 2567)

แผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาบุคลากรระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2563 – 2567) ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประกอบด้วยเนื้อหาหลักสำคัญ 5 ส่วน ได้แก่

1. ความเป็นมาและกระบวนการจัดทำแผนฯ
2. การวิเคราะห์ปัจจัยองค์กร (SWOT Analysis)
3. การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจเป้าหมาย และกำหนดแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)
4. การวางแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Action Plan)
5. การวางกรอบโครงสร้างระบบงาน (Work System)

โดยดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาบุคลากรระยะ 5 ปี ของศูนย์คุณธรรม ในช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน 2562 ด้วยกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยมีอาจารย์ศุภชัย เมืองรักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศ เป็นที่ปรึกษาการวางแผน เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมทุกท่านได้มีส่วนร่วมต่อกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาบุคลากร โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ส่วนที่ 1 ความเป็นมาและกระบวนการจัดทำแผนฯ

#### 1.1 ความเป็นมา

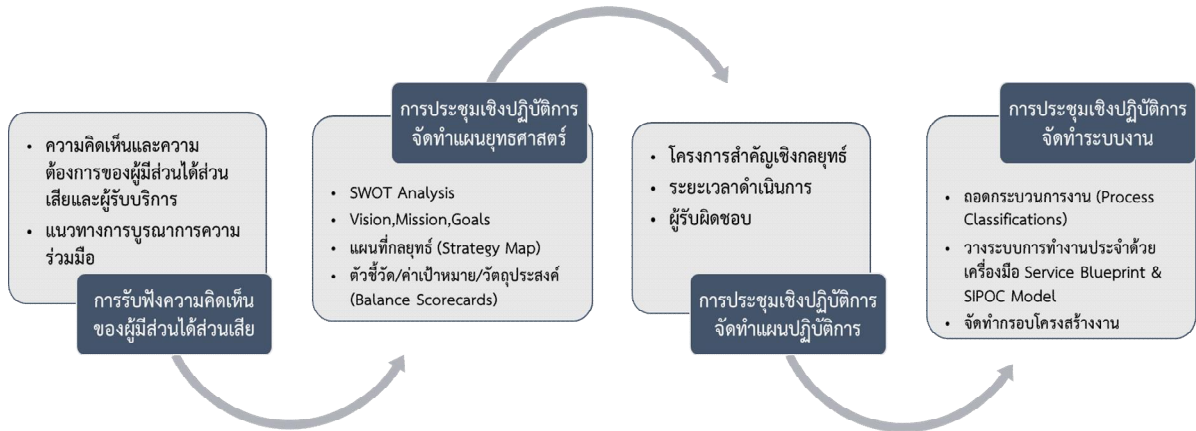
ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานของรัฐในการกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม มีภารกิจดำเนินงานด้านการส่งเสริมคุณธรรมให้กับเครือข่ายทางสังคม โดยที่การดำเนินงานดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล และแผนในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรมของประเทศ รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ (Stakeholder) ภายใต้วัตถุประสงค์ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562 ดังนี้

- 1) ขับเคลื่อนการปฏิบัติให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ กฎหมาย ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรม
- 2) สนับสนุนการรวมพลังของเครือข่ายทางสังคม และประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน รวมทั้งการจัดประชุมสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาคุณธรรมที่เหมาะสมกับสังคมไทย
- 3) ดำเนินการและสนับสนุนการศึกษาวิจัย พัฒนาความรู้ และนวัตกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมและการปลูกฝังคุณธรรม เผยแพร่ความรู้ รณรงค์ ปลูกจิตสำนึกด้านคุณธรรมให้แก่เครือข่ายทางสังคม และเป็นศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณธรรมในสังคมไทย
- 4) ส่งเสริมการสร้างและพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม รวมทั้งพัฒนากระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมของเครือข่ายทางสังคม
- 5) ดำเนินการอื่นเพื่อส่งเสริมคุณธรรมตามที่กฎหมายกำหนดหรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

## 1.2 กระบวนการจัดทำแผนฯ

เพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนส่งเสริมคุณธรรมของศูนย์คุณธรรมเป็นไปอย่างมีเป้าหมายและทิศทาง คณะกรรมการศูนย์คุณธรรม จึงมีมติเห็นชอบให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาบุคลากรของศูนย์คุณธรรม ระยะ 5 ปี ในการประชุมคณะกรรมการศูนย์คุณธรรม เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562 โดยมีกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์และระบบโครงสร้างงานศูนย์คุณธรรม ระยะ 5 ปี ประกอบด้วย 4 กระบวนการสำคัญ ได้แก่ 1) การรับฟังความคิดเห็นของเครือข่ายผู้รับบริการ (customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนงานของศูนย์คุณธรรม 2) การจัดทำวิสัยทัศน์ เป้าหมายพันธกิจ แผนที่กลยุทธ์ (strategy map) 3) การจัดทำแผนปฏิบัติการ (strategic action plan) และ 4) การจัดทำกรอบโครงสร้างระบบงาน โดยแต่ละกระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมในทุกระดับ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการในระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2562 ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

# กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาบุคลากรระยะ ๕ ปี



เป้าหมาย	กระบวนการ/กิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง	วันเวลาและสถานที่
เพื่อให้ได้ความคิดเห็นของหน่วยนโยบาย/หน่วยงานความร่วมมือต่อบทบาทและการขับเคลื่อนงานของศูนย์คุณธรรม	<b>1. การรับฟังความคิดเห็นของเครือข่ายผู้รับบริการ (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• บทบาท/ภารกิจของแต่ละหน่วยงาน</li> <li>• แผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรม</li> <li>• แนวทางการบูรณาการความร่วมมือ</li> <li>• ความคาดหวังต่อบทบาทของศูนย์คุณธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะกรรมการ</li> <li>- ผู้บริหาร (ผอ., ผจก., หน.)</li> <li>- หน่วยนโยบาย/ความร่วมมือที่เกี่ยวข้อง รวม 3 ๐ หน่วยงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 เมษายน 2562</li> <li>โรงแรม เจ้าพระยาปาร์ค</li> <li>- 25 เมษายน 2562</li> <li>โรงแรม ทีเคพาเลส ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ</li> </ul>
เพื่อให้ได้แผนยุทธศาสตร์ศูนย์คุณธรรม	<b>2. Workshop แผนแม่บท/ยุทธศาสตร์ศูนย์คุณธรรม ระยะ 5 ปี</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) บรรยาย “การจัดการองค์กรเชิงกลยุทธ์” (Strategic management) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Work System : Process Value Chain</li> <li>• Strategic Plan : BSC</li> </ul> </li> <li>2) การวิเคราะห์ปัจจัยองค์กร <ul style="list-style-type: none"> <li>• ปัจจัยภายใน</li> <li>• ปัจจัยภายนอก</li> </ul> </li> <li>3) การทบทวนทิศทางองค์กร</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะกรรมการ</li> <li>- ผู้บริหาร (ผอ., ผจก., หน.)</li> <li>- เจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>29-30 เมษายน 2562</li> <li>โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพฯ</li> </ul>

เป้าหมาย	กระบวนการ/กิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง	วันเวลาและสถานที่
	Vision/Mission/Goal) <ul style="list-style-type: none"> <li>● วิสัยทัศน์</li> <li>● พันธกิจ</li> <li>● เป้าหมายระยะยาว</li> </ul> 4) การทำแผนที่กลยุทธ์ 4 มิติ (Strategy Map) <ul style="list-style-type: none"> <li>● วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มิติการเงิน (ผลลัพธ์องค์กร)</li> <li>● วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มิติ ผู้รับบริการ (Customer)</li> <li>● วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มิติ กระบวนการหลัก</li> <li>● วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มิติ กระบวนการสนับสนุน</li> </ul>		
เพื่อให้ได้ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และ แผนปฏิบัติการ	<b>3. Workshop การจัดทำแผนปฏิบัติการ Strategic Action Plan</b> 1) การจัดทำตาราง Balance Scorecard : BSC <ul style="list-style-type: none"> <li>● การกำหนดตัวชี้วัด</li> <li>● การกำหนดค่าเป้าหมาย</li> <li>● การกำหนดแนวคิดหลักในการปฏิบัติ</li> </ul> 2) การกำหนดตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย/แนวคิดหลักของวัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> <li>● มิติการเงิน (ผลลัพธ์องค์กร)</li> <li>● มิติผู้รับบริการ</li> <li>● มิติกระบวนการหลัก</li> <li>● มิติกระบวนการสนับสนุน</li> </ul> 3) การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan formulation)	- คณะกรรมการ - ผู้บริหาร (ผอ., ผจก., ทน.) - senior ของกลุ่มงาน	18-19 พฤษภาคม 2562 (วันหยุดราชการ) ห้องประชุม ชั้น 16 ศูนย์คุณธรรม
เพื่อให้ได้ระบบงาน โครงสร้างองค์กร และ แผนพัฒนาบุคลากร	<b>4. Workshop การจัดทำระบบงาน , โครงสร้างองค์กร , แผนพัฒนาบุคลากร</b> 1) นำเสนอแผนปฏิบัติการรายหน่วย 2) การวางระบบการทำงานประจำด้วย Service blueprint / ตาราง SIPOC	- คณะกรรมการ - ผู้บริหาร (ผอ., ผจก., ทน.) - เจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรม	26-28 พฤษภาคม 2562 โรงแรม การ์เด็นท์ ซีวีวี รีสอร์ท พัทยา

เป้าหมาย	กระบวนการ/กิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง	วันเวลาและสถานที่
	Model 3) การวางระบบโครงสร้างองค์กร JD หน่วยงาน 4) การวางระบบโครงสร้างองค์กร JD บุคคล / สมรรถนะ / แผนพัฒนาบุคลากร 5) สรุปรูปแผนองค์กร		

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์กร (SWOT Analysis)

### 2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ แผน และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรมของประเทศ

#### ยุทธศาสตร์ แผน และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรมของประเทศ

เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (SDGs) : เป้าหมายที่ 16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนฯ และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

<b>แผนระดับ 1</b> ยุทธศาสตร์ชาติ	<b>ม.1 ด้านความมั่นคง</b> โดยส่งเสริมให้ทุกการเมือง มีคุณภาพ เป็นคนดีมีคุณธรรม มีความรู้ความสามารถเห็นประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวและพวกพ้อง	<b>ม.3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์</b> โดยปลูกฝังค่านิยมในการดำเนินชีวิต ยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม มีเกียรติ อดออม ซื่อสัตย์ และแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้ชุมชนและสื่อสามารวมชนเป็นฐาน	<b>ม.4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม</b> โดยการสนับสนุนการรวมตัวของ ปชช. ในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ฯลฯ	<b>ม.6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ</b> โดยส่งเสริมให้บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดมั่นในหลักคุณธรรมจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ทำงานเพื่อปชช. และมีความเป็นมืออาชีพ
	<b>แผนระดับ 2</b> แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12	<b>แผนแม่บทด้านความมั่นคง</b> <b>ด้านการเมือง : การสร้างรัฐธรรมธิปไตย</b> โดยการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และการปฏิบัติหน้าที่โดยปราศจากการขัดกันของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง	<b>ด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยม</b> <b>ด้านสังคม :</b> การมีส่วนร่วม การเรียนรู้ การรับรู้ และการส่งเสริม กิจกรรมทางสังคม โดยการสร้างพลังจิตอาสา เพื่อสร้างจิตสำนึกส่วนรวมของประชาชน ผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมฯ	<b>ด้านการสร้างพลังทางสังคม</b> <b>ด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบ</b> โดยปลูกฝัง "จิตพอเพียง" แก่ ปชช. และปลูกจิตสำนึกให้เจ้าหน้าที่ของรัฐมีคุณธรรม ความซื่อตรงต่อหน้าที่และ ปชช.
<b>แผนระดับ 3</b> แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมฯ ฉบับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการป้องกันฯ ทุจริตระยะที่ 3	<b>ม.1 วางระบบรากฐานการเสริมสร้างคุณธรรมในสังคมไทย</b> ผ่าน อาทิ สถาบันครอบครัว การศึกษา ศาสนา เศรษฐกิจ ในการพัฒนาคุณธรรมในแก่ทุกภาคส่วน	<b>ม.2 สร้างความเข้มแข็งระบบการบริหารจัดการ ด้านการส่งเสริมคุณธรรมให้เป็นเอกภาพ</b> โดยการสร้างระบบการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมคุณธรรมให้มีประสิทธิภาพ	<b>ม.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมคุณธรรม</b> โดยผลักดันทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมกระตุ้นสังคมให้เกิดกระแสแห่งการส่งเสริมคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	<b>ม.4 ส่งเสริมให้เป็นแบบอย่างด้านคุณธรรมในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก</b> โดยสร้างความร่วมมือด้านคุณธรรมแก้ไขปัญหาความขัดแย้งและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขบนหลักการที่เป็นสากลแต่คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย
<b>นโยบายรัฐบาล</b>	<b>สร้างสังคมที่ไม่นทนต่อการทุจริต</b> โดยปรับฐานความคิดทุกช่วงวัย ให้สามารถแยกแยะระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ส่วนรวม ส่งเสริมให้มีระบบและกระบวนการกล่อมเกลாதองสังคม เพื่อต้านทุจริต ประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องมือต้านทุจริต และเสริมพลังการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community) และ บุคลากรทุกภาคส่วนเพื่อต่อต้านการทุจริต			<b>นโยบายเร่งด่วน</b> <b>ข. การเติมมนไทยสู่ศตวรรษที่ ๒๑</b>
	<b>๓. การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม</b> <b>๓.๒</b> ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม กตัญญู ความซื่อสัตย์ การมีวินัย เคารพกฎหมาย มีจิตสาธารณะและการมีส่วนร่วมทำประโยชน์ให้ประเทศ และเป็นพลเมืองที่ดี	<b>๔. การปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพของคนไทย</b> <b>๔.๖</b> ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะทุกช่วงวัย <b>๔.๖.๔</b> ส่งเสริมหลักคิดที่ถูกต้อง โดยสอดแทรกการปลูกฝังวินัยและอุดมการณ์ที่ถูกต้องของคนในชาติ หลักคิดที่ถูกต้องด้านคุณธรรม จริยธรรม การมีจิตสาธารณะ การเคารพกฎหมาย		

ปี 2561 รัฐบาลได้ประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อเป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้มีความสอดคล้องและบูรณาการให้เกิดเป็นพลังผลักดันไปสู่เป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของประเทศนั้น มีการกำหนดไว้ในแผนระดับต่างๆ เช่น แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 รวมทั้งแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ที่มีความชัดเจนว่า การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของประชาชนและองค์กรต่างๆ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญและถูกขับเคลื่อนงานโดยหลายภาคส่วน ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรมจริยธรรม ในลักษณะที่เป็น วิถี การดำเนินชีวิต
- นโยบายรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) ด้านการศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ โดยการปรับเปลี่ยนค่านิยมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย จิตสาธารณะ และพฤติกรรมที่พึงประสงค์
- แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2559 – 2564) วางระบบรากฐานการเสริมสร้างคุณธรรมในสังคมไทย สร้างความเข้มแข็งในระบบการบริหารจัดการด้านการส่งเสริมคุณธรรมให้เป็นเอกภาพ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมคุณธรรม และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแบบอย่างด้านคุณธรรมในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก
- ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) สร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต โดยปรับฐานความคิดทุกช่วงวัย ให้สามารถแยกแยะหว่างผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ส่วนรวม ส่งเสริมให้มีระบบและกระบวนการกล่อมเกลாத่างสังคม ประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องมือต้านทุจริต และเสริมพลังการมีส่วนร่วมของชุมชนและบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อต่อต้านการทุจริต

จากยุทธศาสตร์ชาติและแผนดังกล่าว ทำให้คณะกรรมการศูนย์คุณธรรม เห็นว่า กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ศูนย์คุณธรรม ควรมีการจัดรับฟังความคิดเห็นของเครือข่ายผู้รับบริการ (customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ (stakeholder) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจต่อการส่งเสริมคุณธรรมและส่งผลการขับเคลื่อนงานของศูนย์คุณธรรม รวมทั้งการประเมินตนเองของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัยองค์กร (SWOT Analysis) ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่จะนำไปสู่การกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ของศูนย์คุณธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน คือ การวิเคราะห์ระบบงาน (Work System) ตามโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการวิเคราะห์แยกเป็น 2 กลุ่มกระบวนการ คือ 1) กระบวนการหลัก (Core Process) และ 2) กระบวนการสนับสนุน (Support Process) โดยวิเคราะห์ในประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) และประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (Weakness) ของทั้ง 2 กระบวนการ ดังนี้

### 1) กระบวนการงานหลัก (Core Process)

กระบวนการงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
1. กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนาองค์ความรู้ที่ตอบสนองทั้งระดับนโยบายและปฏิบัติได้ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยังไม่มีแผนพัฒนาองค์ความรู้ขององค์กร (แผนร่วมด้านองค์ความรู้นวัตกรรม)</li> <li>- ขาดการบูรณาการระหว่างกลุ่มงานในการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารและการบริการสาธารณะ</li> </ul>
2. กระบวนการบริหารงานศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดการฐานข้อมูลและระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนภายใน และสื่อสารให้บริการกับภายนอก</li> <li>- การพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร 4.0 (Next Gov) ที่อยู่ระหว่างการดำเนินงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการสื่อสารให้ความรู้ (ข้อตกลงในการใช้งาน/แนวปฏิบัติ) ระหว่างกลุ่มงานเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ</li> <li>- ชีตความสามารถของผู้ใช้งานที่ยังไม่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>
3. กระบวนการจัดการการสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งทีวีโซเซียลมีเดีย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนมากเป็นงานประชาสัมพันธ์ ขาดการจัดการ content ให้ไปสู่การนำไปใช้ หรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- ขาดการสื่อสารกระบวนการภายใน</li> <li>- การกระจายงาน ความต่อเนื่องในการดำเนินงานกับเครือข่ายสื่อ</li> <li>- ขาดการดูแลบริหารจัดการในเรื่อง Social media</li> </ul>
4. กระบวนการจัดการเครือข่ายทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดการพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็น</li> <li>- มีการสร้างเครือข่ายให้เป็นโมเดล และกลไกในการพัฒนา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดมาตรการในการรับรองยกย่องเครือข่ายเดิม และขาดการสร้างแรงจูงใจให้เครือข่ายใหม่ (การดำเนินงานเชิงกลยุทธ์)</li> <li>- ขาดมาตรฐานในการรับรอง</li> <li>- ขาดการสร้างโมเดลในแต่ละเขตเตอร์ ส่งผลให้ขาดฐานข้อมูล โมเดล</li> <li>- ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกลุ่มงาน เครือข่ายและกระบวนการสมัชชา</li> </ul>

กระบวนการงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
5. กระบวนการจัดการ การขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ชาติและ สมัชชาคุณธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนกลไกการขับเคลื่อนสำเร็จบรรลุตามแผน (ทั้งแผนการดำเนินงาน/แผนแม่บท/แผนชาติ)ในระดับผลิตผลและผลลัพธ์</li> <li>- เชื่อมโยงได้ทั้งในระดับพื้นที่ ภาค ชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดระบบการส่งต่องานระหว่างกลุ่มงาน (เนื่องจากงานสมัชชาควรเป็นงานกลางขององค์กรที่ทุกกลุ่มดำเนินการร่วม/บูรณาการการทำงานร่วมกันได้)</li> <li>- กระบวนการจัดงานสมัชชาคุณธรรมมีปริมาณมาก จำนวน 5 งาน (4 ภาค 1 ชาติ) ทำให้งานขาดคุณภาพ</li> </ul>

## 2) กระบวนการงานสนับสนุน (Support Process)

กระบวนการงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
1. กระบวนการบริหาร งานยุทธศาสตร์	<b>1.1 กระบวนการจัดทำแผนและงบประมาณ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิเคราะห์ความสอดคล้องเชื่อมโยงงานกับนโยบายประเทศได้</li> <li>- การสื่อสารกับผู้บริหารได้ดี</li> <li>- การวางแผนการจัดทำยุทธศาสตร์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม</li> <li>- การจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี</li> <li>- ค่าของงบประมาณที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ</li> <li>- การสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้หน่วยกำกับได้ดี</li> <li>- การรายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำเดือน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความล่าช้าในการส่งข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง</li> <li>- ยังไม่ได้ใช้คู่มือแผนปฏิบัติงานให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานตามแผน มีการปรับเปลี่ยนเชิงนโยบายทำให้คู่มือยังไม่ใช้ได้จริง (เชิงนโยบายเป็นส่วนภายนอก)</li> <li>- การเจรจาหน่วยกำกับยังเป็นจุดอ่อน ต้องหาวิธี defend</li> </ul>
	<b>1.2 กระบวนการติดตามประเมินผล</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดทำผลการดำเนินงานเสนอผู้บริหารอย่างต่อเนื่องทั้ง รายเดือน รายไตรมาส รายปี เพื่อให้เห็นผลการดำเนินงาน</li> </ul>	



กระบวนการงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
	<p><b>1.3 กระบวนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดทำแผนความเสี่ยงด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม</li> <li>- การรายงานผลการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	<p>ผู้รับบริการ (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ไปใช้ในการดำเนินงาน (พัฒนาโครงการจัดทำdata based)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดเจ้าหน้าที่หลักในการรับผิดชอบ</li> <li>- ขาดการติดตามประเมิน</li> <li>- ลักษณะความเสี่ยงยังไม่ใช่ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์</li> <li>- ขาดการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>
	<p><b>1.4 กระบวนการสนับสนุนงานผู้บริหารและคณะกรรมการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนการดำเนินงานได้เป็นไปตามเป้าหมาย (การประชุมได้ตามกำหนดเวลาครบองค์ประชุม)</li> <li>- การใช้ไอทีสรุปการทำงาน (ระบบนัดหมายระบบสารบรรณ)</li> <li>- การตรวจสอบเอกสารก่อนเสนอให้ผู้บริหารได้</li> <li>- ประสานงานภายในภายนอกได้</li> <li>- มีคุณลักษณะงานเลขานุการที่เหมาะสม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเตรียมเอกสารวาระการประชุมนอกเล่ม การติดตามการดำเนินงานตามมติบอร์ดที่เป็นระบบ</li> <li>- ขาดความแม่นยำในเรื่องระเบียบที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- ความสามารถในการสรุปงานประชุม</li> </ul>
<p><b>2. กระบวนการจัดการงานบริหารทั่วไป</b></p>	<p><b>2.1 กระบวนการบริหารการเงินบัญชี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การปฏิบัติตามมาตรฐานภาครัฐครบถ้วน</li> <li>- มีการรายงานตามที่หน่วยกำกับกำหนด</li> <li>- การจัดทำเบิกจ่ายได้ตามระยะเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดทำกับผู้กำกับเป็นคนเดียวกัน (งานบัญชี) (โดยที่กฎหมายกำหนดให้ทำ 2 คน)</li> <li>- Software สนับสนุนการปฏิบัติงานยังไม่สนับสนุนตามมาตรฐานภาครัฐ/ รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างกัน (ทั้งการเงิน และการบัญชี)</li> <li>- ระเบียบการปฏิบัติงานด้านรายได้ยังไม่ได้ปรับ</li> <li>- ขาดที่ปรึกษาด้านการบริหารการเงิน</li> </ul>

กระบวนการงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
		- ขาด finance business plan
	<b>2.2 กระบวนการบริหารงานพัสดุ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริหารงานพัสดุตาม พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ 256๐</li> <li>- การจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปี (เป็นรูปทึน ต้องทำให้ดีจึงจะเป็นจุดแข็งในการดำเนินงาน)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยังไม่มีการตกลงร่วมกันในการปรับแผนจัดซื้อจัดจ้างประจำปี</li> <li>- ขาดเทคโนโลยีการบริหารจัดการงานพัสดุ</li> </ul>
	<b>2.3 กระบวนการบริหารงานสารบรรณ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์</li> </ul>	- ขาดการสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบ
	<b>2.4 กระบวนการบริหารงานบุคคล</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคณะที่ปรึกษาในการดำเนินงาน</li> <li>- มีแผนการพัฒนาบุคลากร</li> <li>- มีสวัสดิการพื้นฐานเพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสื่อสารเรื่องสิทธิ สวัสดิการ ผลประโยชน์ต่างๆให้พนักงานรับทราบ</li> <li>- ขาดการติดตามผลการพัฒนาศักยภาพบุคลากร</li> <li>- ขาดเทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน</li> <li>- ขาดการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (ระบบ engagement survey)</li> <li>- ขาดการจัดทำแผน IDP</li> <li>- ขาดการส่งเสริม สื่อสารค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร</li> <li>- ระบบ PMS ที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน</li> </ul>
3. กระบวนการตรวจสอบภายใน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะกรรมการที่เหมาะสมตามคุณสมบัติ</li> <li>- การทำงานอย่างเป็นอิสระ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของปริมาณงานและบุคลากร</li> <li>- ขาดระบบ cross check</li> <li>- ขาดระบบ internal audit</li> </ul>

### 2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์ประเด็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ที่มีความเกี่ยวข้องกับภายนอก 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้รับบริการ (Customer) หมายถึง องค์กรเครือข่ายที่ได้รับประโยชน์จากผลดำเนินงาน (output) ของหน่วยงาน และ 2) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง องค์กรที่กำกับดูแล/ให้ความร่วมมือ/ให้การสนับสนุนทรัพยากรให้กับหน่วยงาน ดังนี้

#### 1) ผู้รับบริการ (Customer : C)

Key Customer	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<b>C1 กระทรวงวัฒนธรรม</b> (key output : เกณฑ์การ พัฒนาองค์กรคุณธรรม/ องค์กร ความรู้ /งานวิชาการ/งาน สมัชชา/ กระบวนการ ดำเนินงานองค์กร ชุมชน คุณธรรม/ สื่อสารสนเทศ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีนโยบาย กลไก ในการทำงานส่งเสริมในเรื่องคุณธรรม</li> <li>- มีกรมการศาสนาเป็นเลขานุการ มีวัฒนธรรมจังหวัดเป็นหน่วยประสานการดำเนินงานเชิงพื้นที่</li> <li>- มีการกำหนดเกณฑ์ประเมินองค์กรคุณธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินงานในระบบราชการ ส่งผลให้เกิดความล่าช้า</li> <li>- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เป็นกลไกที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนได้จริง เนื่องจากขาดความเข้าใจและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการส่งเสริมคุณธรรม</li> </ul>
<b>C2 กระทรวงศึกษาธิการ</b> <b>กระทรวงสาธารณสุข</b> <b>กระทรวงการคลัง</b> (key output : หลักสูตร การ พัฒนาองค์กรคุณธรรม การ พัฒนามาตรฐานคุณธรรม)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีนโยบายและกลไกการทำงานที่สอดคล้องกับภารกิจารดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม จึงทำให้เกิดการขับเคลื่อนในระดับนโยบาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดในระดับนโยบายไม่ได้กำหนดในระดับปฏิบัติการ</li> </ul>
<b>C3 สำนักงานคณะกรรมการ            ป้องกันและปราบปรามการ            ทจริตแห่งชาติ (ปปช.)</b> (key output : ผลการ ดำเนินงานโครงการที่ได้รับการ สนับสนุน)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนงบประมาณการดำเนินงานภายใต้แผนงานบูรณาการด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กำลังจะดำเนินการส่งเสริมคุณธรรมโดยหน่วยงานของ ปปช.</li> </ul>
<b>C4 ภาคประชาสังคม</b> (key output : องค์กรความรู้การ ส่งเสริมคุณธรรม)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำข้อมูลองค์ความรู้ไปขับเคลื่อนงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดงบประมาณในการดำเนินงาน</li> </ul>
<b>C5 รัฐวิสาหกิจ เช่น ธนาคาร            กรุงไทย , อสค. , กฟผ. , การ            เคหะแห่งชาติ</b> (key output : องค์กรความรู้การ ส่งเสริมคุณธรรม๗)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถนำความความรู้ไปขยายผล เสริมการทำงานได้ดี</li> <li>- co brand ร่วมกันในการขับเคลื่อนงานส่งเสริมองค์กรคุณธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาภายในหน่วยงานที่ทิศทางระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ</li> <li>- การเปลี่ยนตำแหน่งโยกย้ายผู้บริหารที่รับผิดชอบงาน จึงต้องสร้างความเข้าใจใหม่ ทำให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง</li> </ul>
<b>C6 หน่วยงานสื่อ</b> (key output : ข้อมูลองค์ ความรู้การส่งเสริมคุณธรรม, หลักสูตรคุณธรรมจริยธรรมสื่อ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่วยเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้การส่งเสริมคุณธรรมสู่สาธารณะ</li> <li>- อบรมหลักสูตรคุณธรรมจริยธรรมสื่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บางส่วนไม่นำความรู้ไปใช้</li> </ul>

## 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder : S)

Key Stakeholder	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<b>S1 หน่วยงานนโยบาย</b>		
กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนการขับเคลื่อนงานขององค์กรโดยสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณ ในการดำเนินงาน</li> <li>- นำองค์ความรู้ขององค์กรไปขับเคลื่อน</li> <li>- เป็นพื้นที่กลางในการขับเคลื่อนงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการบูรณาการแผนงานงบประมาณ</li> <li>- หน่วยงานระดับจังหวัดและพื้นที่ มองว่าภาพลักษณ์ของศูนย์คุณธรรมเป็นหน่วยหนึ่งของกระทรวงวัฒนธรรม</li> <li>- สำนักส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม กรมการศาสนาที่มีภารกิจทับซ้อนกับการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม (โดยที่งบประมาณมากกว่า มีกลไกชัดเจนกว่า)</li> <li>- ไม่มีกลไกการติดตามการดำเนินงานตามมติสมัชชาคุณธรรม</li> </ul>
กระทรวงมหาดไทย (ส่วนราชการจังหวัด)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนการเชื่อมโยงการทำงานเชิงพื้นที่ได้ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปลี่ยนผู้ว่า/ผู้บริหาร ส่งผลต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน</li> </ul>
คณะกรรมการส่งเสริม คุณธรรมแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นกลไกการเชื่อมโยงงานส่งเสริมคุณธรรมและงานของศูนย์คุณธรรมสู่ระดับนโยบาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะอนุกรรมการส่งเสริมคุณธรรมระดับจังหวัดขาดการทำงานเชิงรูปธรรม และการบูรณาการระดับพื้นที่</li> </ul>
<b>S2 กลุ่มภาคีความร่วมมือเพื่อการส่งเสริมคุณธรรม</b>		
องค์กร Co brand	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสื่อสารขยายผลและการสร้างร่วมมือกับศูนย์คุณธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการบูรณาการงานระหว่างศูนย์คุณธรรมกับองค์กร Co brand</li> </ul>
กลุ่มสื่อสารมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดพื้นที่ในการสื่อสารด้านคุณธรรม</li> </ul>
ด้านเยาวชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหน่วยงานสภาเด็กและเยาวชนที่สามารถดำเนินงานร่วมกันกับศูนย์คุณธรรมได้</li> </ul>	-
<b>S3 หน่วยงานกำกับด้านนโยบายและการประเมินผล</b>		
สภาพัฒน์ สำนักงาน กพร. สำนักงบประมาณ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์ชาติ และมติ ครม. ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์</li> <li>- มีโครงการที่เป็น flagship project</li> <li>- กพร. เป็นผู้กำหนดตัวชี้วัดและการประเมินผลขององค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องใช้สัมพันธภาพส่วนตัวในการดำเนินงานมากกว่าผลการดำเนินงาน</li> <li>- วิธีการให้งบประมาณยังเป็นแบบเดิม</li> <li>- ตัวชี้วัดส่วนมากเป็นเชิงปริมาณ</li> </ul>

### 2.4 การรับฟังความคิดเห็น

เพื่อให้สามารถกำหนดบทบาทภารกิจต่อการขับเคลื่อนงานของศูนย์คุณธรรมได้อย่างเหมาะสม จึงได้จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ต่อการขับเคลื่อนงานของศูนย์คุณธรรม

ประกอบด้วย 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ 2) ภาครัฐ 3) ภาคธุรกิจและชุมชน 4) สื่อ 5) สถานศึกษา 6) สถาบันทางศาสนา 7) ผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งกรรมการ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรม รวมทั้งสิ้น 50 คน โดยสรุปผลการประชุมภาพรวมดังนี้

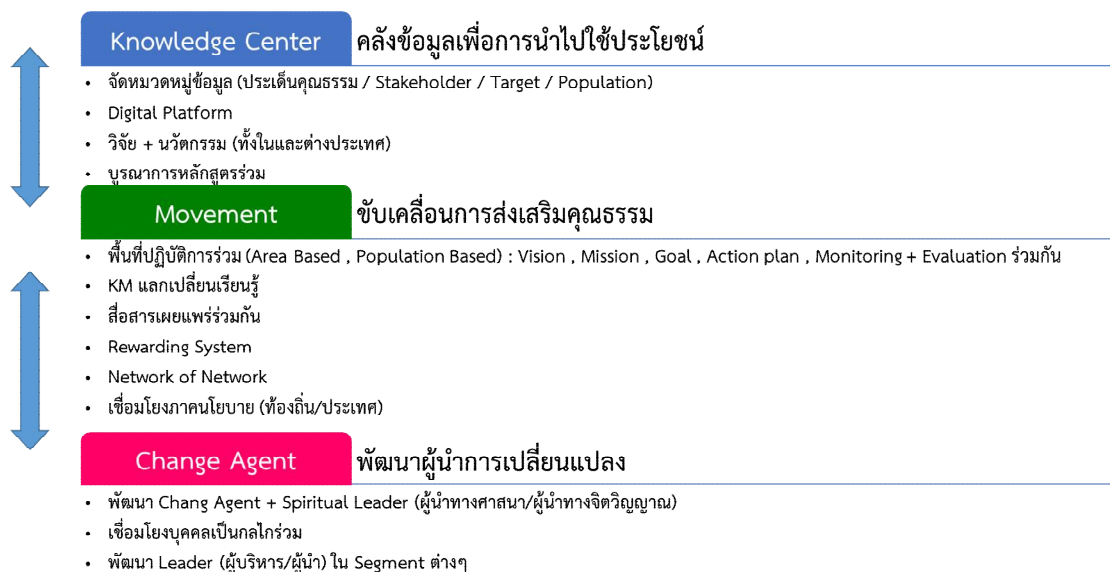
**การขับเคลื่อนดำเนินงานส่งเสริมคุณธรรมและศูนย์คุณธรรม** ควรเน้นการทำงาน 3 เรื่อง ได้แก่

1) **การเป็นศูนย์กลางความรู้ (Knowledge Center)** เป็นคลังข้อมูลการส่งเสริมคุณธรรมที่ทุกภาคส่วนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมคุณธรรมได้ เช่น รายงานสถานการณ์คุณธรรม งานวิจัยและนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรมทั้งในและต่างประเทศ หลักสูตรบูรณาการการส่งเสริมคุณธรรม ฯลฯ โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลได้ในหลายลักษณะ ได้แก่ ประเด็น , Stakeholder , Target , Population เป็นต้น

2) **การขับเคลื่อนการส่งเสริมคุณธรรม (Movement)** ได้แก่ การมีพื้นที่ปฏิบัติการร่วมอย่างเป็นระบบทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น เพื่อวางเป้าหมาย กิจกรรม และการติดตามประเมินผลร่วมกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อสารเผยแพร่ การยกย่องเชิดชู และสร้างการทำงานเชื่อมโยงแบบเครือข่ายต่อเครือข่าย (network of network) รวมทั้งการเชื่อมโยงสู่ภาคนโยบายทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ

3) **การพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent)** ได้แก่ การพัฒนาผู้นำทางศาสนา/ผู้นำทางจิตวิญญาณเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงภายในของบุคคล การเชื่อมโยงบุคคลหลัก (Keys Actor) ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกิจส่งเสริมคุณธรรม เป็นกลไกการทำงานร่วมกัน และการพัฒนาผู้บริหาร/ผู้นำ (Leaders) ในภาคส่วนต่างๆ

## ประเด็นความคิดเห็น Stakeholders



### ส่วนที่ 3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)

#### 3.1 การทบทวนวิสัยทัศน์องค์กร (Vision , Mission , Goal)

กระบวนการทบทวนวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ การกำหนดว่า องค์กรจะเป็นอย่างไร หรือจะสร้างผลลัพธ์/ผลกระทบของการดำเนินงานแบบใดให้กับสังคม โดยการระดมความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม และพิจารณา key words สำคัญที่สะท้อนแต่ละด้านของวิสัยทัศน์ ดังนี้

- 1) ด้านการทำหน้าที่/กระบวนการสำคัญขององค์กร (Process) คือ “ส่งเสริมและขับเคลื่อน”
- 2) ด้านผลผลิต (Output) ของการทำงาน คือ “องค์ความรู้และนวัตกรรม”
- 3) ด้านลูกค้า/ผู้รับบริการ (Customer) คือ “เครือข่ายทางสังคม”
- 4) ด้านผลกระทบ/เป้าหมาย (Outcome/Impact) ที่จะทำให้เกิดขึ้นต่อสังคม คือ “สังคมคุณธรรม”

, “พลเมืองคุณธรรม” , “สังคมเป็นสุข”

โดยการระดมความคิดเห็นของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน คือ

**“ส่งเสริมและขับเคลื่อนเครือข่ายทางสังคม ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม สู่สังคมคุณธรรม”**

#### 3.2 การกำหนดเป้าหมายตามพันธกิจ (mission)

จากวิสัยทัศน์นำมาสู่การกำหนดเป้าหมายพันธกิจที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์คุณธรรมฉบับใหม่ ซึ่งเป็นการระบุดังผลที่เกิดจากกระบวนการ (Output) ผลที่เกิดกับกลุ่มเป้าหมาย (Outcome) และผลที่เกิดกับสังคม (Impact) และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์คุณธรรมฉบับใหม่ ประกอบด้วย 4 พันธกิจสำคัญ ดังนี้

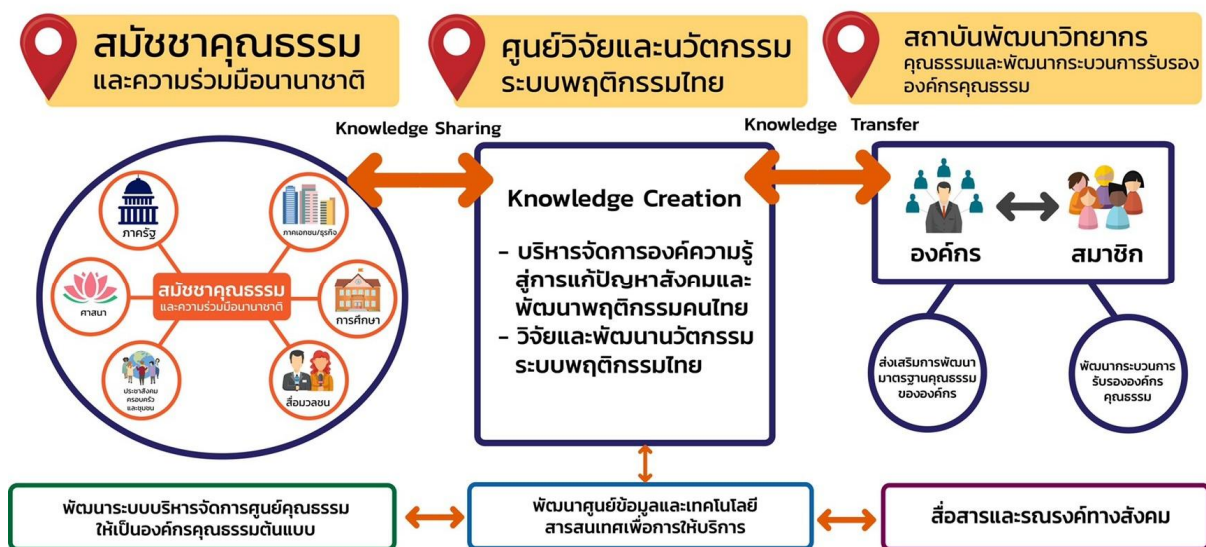
พันธกิจ	เป้าหมาย
1) ขับเคลื่อนการส่งเสริมคุณธรรมของเครือข่ายทางสังคมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และเป้าหมายแผนแม่บทด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม และแผนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรม	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคมปฏิบัติขับเคลื่อนการส่งเสริมคุณธรรมได้สำเร็จตามแผน
2) สนับสนุนการรวมพลังของเครือข่ายทางสังคมด้วยกระบวนการสมัชชาคุณธรรม	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคมเกิดการปฏิบัติขับเคลื่อนได้ตามบริบทของตน
3) พัฒนาคือความรู้ เผยแพร่ วรรณคดี และเป็นศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณธรรม	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคมนำองค์ความรู้และนวัตกรรมไปขับเคลื่อน
4) ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานคุณธรรมและพัฒนา	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคมนำมาตรฐานคุณธรรม

พันธกิจ	เป้าหมาย
กระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมของเครือข่าย	(Guideline) ไปใช้ประเมินตนเองและพัฒนาเป็นองค์กรคุณธรรม

### 3.3 การกำหนดเป้าหมายองค์กร (Goals)

เป็นเป้าหมายระยะยาว ๕ ปี ขององค์กรที่เป็นทิศทางร่วมกัน คือ “ศูนย์คุณธรรม เป็นองค์กรคุณธรรมต้นแบบ” หมายถึง เป็นองค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริมคุณธรรมให้กับสมาชิกในองค์กรและเครือข่ายทางสังคมภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ สามารถที่จะถ่ายทอดและเป็นแหล่งบ่มเพาะการปลูกฝังส่งเสริมคุณธรรมให้กับสังคมด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมต่างๆ ผ่านการให้บริการ การฝึกอบรม และกระบวนการสัมผัสคุณธรรม จนเป็นที่ยอมรับของสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม

### 3.4 กรอบการวางแผนกลยุทธ์ของศูนย์คุณธรรม



ทิศทางการทำงานตามบทบาทนี้ จะเชื่อมโยงการทำงานใน 3 ระดับ คือ

1) ระดับ Top down การขับเคลื่อนส่งเสริมคุณธรรมในภาพรวม โดยมีสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติเป็น platform กลางการประสานเชื่อมโยงรวมพลังเครือข่ายทุกภาคส่วนจากกลไกการทำงานส่งเสริมเครือข่าย/วิทยากรคุณธรรม โดยมีข้อมูลวิชาการและองค์ความรู้จากศูนย์วิจัยและนวัตกรรมระบบพฤติกรรมไทย เพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การติดตามภาพรวมการขับเคลื่อนคุณธรรม รวมทั้งการผลักดันสู่การขับเคลื่อนนโยบาย/แนวทางการส่งเสริมคุณธรรมของประเทศด้วยกลไกคณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ

2) ระดับ Area Based วางระบบการทำงานพื้นที่และการจัดทัพการทำงาน โดยกระบวนการส่งเสริมเครือข่ายทางสังคมใน 2 รูปแบบ คือ 1) การส่งเสริมเครือข่ายทางสังคมในการนำมามาตรฐานคุณธรรมไปใช้ประเมินตนเองเพื่อการพัฒนาเป็นองค์กรคุณธรรม 2) การอบรมวิทยากรคุณธรรม โดยงานสถาบันพัฒนาวิทยากรคุณธรรม เพื่อให้เกิดผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านคุณธรรมและเป็นกลไกผู้ประสานงานในระดับองค์กร/พื้นที่ต่อไป

3) ระดับ cross sectional การประสานเชื่อมโยงการทำงานทั้ง 2 ระดับ (Area based-Top down) แนวทางการทำงานในการประสานเชื่อมโยงการทำงานทั้ง 2 ระดับนี้ จะใช้กลไกการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่และกลไกผู้ประสาน (ผู้นำการเปลี่ยนแปลง) จากงานอบรมวิทยากรคุณธรรม และเชื่อมโยงกลไกการส่งเสริมเครือข่ายทางสังคมทั้ง 6 ภาคส่วน ได้แก่ 1) ภาครัฐ 2) สถาบันการศึกษา 3) ธุรกิจ 4) สถาบันทางศาสนา 5) สื่อ และ 6) ภาคประชาสังคม/ชุมชน เข้าสู่กระบวนการสมาชิกคุณธรรม เพื่อขับเคลื่อนเป็นนโยบาย/แนวทางการส่งเสริมคุณธรรมของประเทศในระดับ Top down ต่อไป

### 3.5 แผนกลยุทธ์ : แผนที่กลยุทธ์ 4 มิติ (Strategy Map)

เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร จึงต้องกำหนดกลยุทธ์การทำงาน โดยใช้ balance scorecard เป็นเครื่องมือในการประเมินและการบริหารเชิงกลยุทธ์ 4 มิติ ประกอบด้วย

1) มิติด้านการเงินและผลลัพธ์องค์กร คือ เป้าหมายระยะยาว 5 ปีขององค์กร 2 เรื่อง คือ 1) ศูนย์คุณธรรม เป็นองค์กรคุณธรรมต้นแบบ และ 2) ศูนย์คุณธรรม เป็นองค์กรที่มีฐานะทางการเงินมั่นคง

2) มิติด้านลูกค้า/ผู้รับบริการ คือ เป้าหมายและผลที่เกิดกับลูกค้า/ผู้รับบริการ และผลผลิต (key output) ที่ลูกค้า/ผู้รับบริการจะได้รับจากกระบวนการดำเนินงานขององค์กร

3) มิติด้านกระบวนการหลัก (core process) คือ เป้าหมายที่กระบวนการหลักทั้ง 7 กระบวนการ ได้แก่ 1) กระบวนการสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม 2) กระบวนการขับเคลื่อนสมาชิกคุณธรรมแห่งชาติ 3) กระบวนการพัฒนามาตรฐานคุณธรรมและพัฒนากระบวนการรับรองการเป็นองค์กรคุณธรรมของเครือข่ายทางสังคม 4) กระบวนการพัฒนาองค์กรคุณธรรมสู่มาตรฐาน 5) กระบวนการอบรมวิทยากรคุณธรรม 6) กระบวนการสนับสนุนการศึกษาวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้การส่งเสริมคุณธรรม 7) กระบวนการจัดการงานพัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านคุณธรรมและการให้บริการ

4) มิติด้านกระบวนการสนับสนุน (support process) คือ เป้าหมายที่กระบวนการสนับสนุน ได้แก่ 1) กระบวนการบริหารยุทธศาสตร์ 2) กระบวนการจัดการงานบริหารทั่วไปและการจัดการทรัพยากรมนุษย์



# แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)

## วิสัยทัศน์

“ส่งเสริมและขับเคลื่อนเครือข่ายทางสังคม ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม สู่สังคมคุณธรรม”



แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) ระยะ 5 ปี

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. ด้านการเงิน/ ผลลัพธ์องค์กร	เพื่อให้ศูนย์คุณธรรม เป็นองค์กร คุณธรรมต้นแบบ	จำนวนคะแนนขององค์กร ในการเป็นคุณธรรมต้นแบบ ตามหลักเกณฑ์มาตรฐาน องค์กรคุณธรรม	-	-	ตามคะแนน การประเมิน องค์กร คุณธรรม ต้นแบบ	ตามคะแนน การประเมิน องค์กร คุณธรรม ต้นแบบ	ตามคะแนน การประเมิน องค์กร คุณธรรม ต้นแบบ	
	เพื่อให้ศูนย์คุณธรรม เป็นองค์กรที่มี ฐานะทางการเงินมั่นคง	ร้อยละผลตอบแทนการ บริหารเงิน	-	ร้อยละ 3 ของเงินที่ นำมาบริหาร	ร้อยละ 5 ของเงินที่ นำมา บริหาร	ร้อยละ 5 ของเงินที่ นำมาบริหาร	ร้อยละ 4 ของเงินที่ นำมาบริหาร	
2. ด้านผู้รับบริการ 2.1 ผู้รับบริการ	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคม ได้รับมติ/ ข้อตกลง/ประกาศเจตนารมณ์ในเวที สมาชิกคุณธรรมแห่งชาติ จนนำไป ปฏิบัติและขยายผลอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปสู่การผลักดันเป็นนโยบาย สาธารณะ	- จำนวนภาคีเครือข่ายทาง สังคมที่ร่วมขับเคลื่อน กระบวนการสมาชิกคุณธรรม ระดับภาคและระดับชาติ - จำนวนรูปธรรมของการ ขับเคลื่อนขยายผล (Best Practice) ของแต่ละกลุ่ม	100	200 (นับซ้ำ)	300 (นับซ้ำ)	400 (นับซ้ำ)	500 (นับซ้ำ)	
	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคม ได้รับข้อมูล การขับเคลื่อนงานสถานการณ์ คุณธรรม และองค์ความรู้ด้าน คุณธรรมจากการเป็นสมาชิกเครือข่าย สมาชิกคุณธรรม จนทำให้เกิดการ	- ร้อยละของเครือข่ายทาง สังคมที่เป็นสมาชิกสมาชิก คุณธรรมได้รับข้อมูลการ ขับเคลื่อน /รายงาน สถานการณ์คุณธรรม /องค์	100	100	100	100	100	
			100	100	100	100	100	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	บูรณาการความร่วมมือในการดำเนินงานส่งเสริมคุณธรรมที่เป็นประเด็นร่วมกัน	ความรู้ด้านคุณธรรม - จำนวนองค์กรในเครือข่ายทางสังคมเกิดการบูรณาการความร่วมมือระหว่างกัน	10	20	30	40	50	
	เพื่อให้องค์กรเครือข่ายทางสังคมได้รับองค์ความรู้ เครื่องมือการส่งเสริมคุณธรรมไปพัฒนาองค์กรคุณธรรมตามมาตรฐานคุณธรรมหรือแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ	จำนวนองค์กรที่นำมาตราฐานคุณธรรมหรือแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติไปใช้	350	400	450	500	600	
	เพื่อให้แกนนำเครือข่ายทางสังคมที่ได้รับองค์ความรู้ เครื่องมือส่งเสริมการพัฒนาองค์กรคุณธรรมสู่มาตรฐานและเข้าร่วมเวทีแลกเปลี่ยนของเครือข่ายวิทยากร จนสามารถนำความรู้ไปพัฒนาองค์กรตนเองและสามารถเป็นวิทยากรสื่อสารถ่ายทอดสู่องค์กรอื่นๆได้	- จำนวนแกนนำ ที่มี ความสามารถเอื้อต่อการส่งเสริมพัฒนาคุณธรรมในองค์กรตนเอง - ร้อยละของแกนนำที่ผ่านการอบรม ได้เข้าร่วมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้	350	400	450	500	600	
	เพื่อให้เครือข่ายทางสังคมที่เข้าร่วม/รับบริการจากศูนย์คุณธรรมได้รับผลงานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรมส่งเสริมคุณธรรมที่ตรงตามความ	ร้อยละความพึงพอใจการใช้ประโยชน์ของข้อมูลจากเครือข่ายทางสังคมที่รับบริการจากศูนย์คุณธรรม	80	80	85	85	90	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	ต้องการ							
	เพื่อให้หน่วยงานนโยบายได้รับ ผลงานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรม ส่งเสริมคุณธรรมที่ สนับสนุนงานเชิงนโยบายจนนำไปสู่ การใช้ประโยชน์	ร้อยละความพึงพอใจการใช้ ประโยชน์ของข้อมูลจาก ผู้รับบริการหน่วยงาน นโยบาย	80	80	85	85	90	
	เพื่อให้กลุ่มงานในฝ่ายปฏิบัติการนำ งานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรมไป ส่งเสริมและเผยแพร่กับกลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จของการ นำงานวิจัย องค์ความรู้ และ นวัตกรรมไปส่งเสริมและ เผยแพร่กับกลุ่มเป้าหมาย	80	80	85	85	90	
	เพื่อให้องค์กรที่มีบทบาทด้านการ ประเมินผลและรับรอง (Certified body) ระบบมาตรฐาน ได้รับแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้าน คุณธรรม และแนวทาง(Guideline) พัฒนากระบวนการรับรองการเป็น องค์กรส่งเสริมคุณธรรม จนไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ ประเมินองค์กรที่สมัครใจเข้าร่วมการ	ระยะเวลาที่องค์กรที่มี บทบาทด้านการประเมินผล และรับรอง มีการผนวกเรื่อง แนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้าน คุณธรรม และแนวทาง (Guideline) พัฒนา กระบวนการรับรองการเป็น องค์กรส่งเสริมคุณธรรมเข้า			✓			

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	ประเมินผลและรับรอง	ไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมิน						
	เพื่อให้ประชาชน และองค์กรภาคีเครือข่าย ได้รับข้อมูลด้านคุณธรรม และเป็นช่องทางการมีส่วนร่วม ผ่านระบบดิจิทัลได้ทุกช่องทาง (Mobile app, Website) จนนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมคุณธรรม	ร้อยละของความพึงพอใจของประชาชนและภาคีต่อการใช้บริการข้อมูล	75	80	85	85	90	
	เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้ ระบบบริหารจัดการองค์กร (ERP) ที่มีมาตรฐานไปใช้ในการปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์กร (Intranet, Owncloud, E-meeting) ได้บรรลุเป้าหมาย	ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการใช้งานข้อมูล	75	80	80	85	90	
	เพื่อให้คณะผู้บริหารได้รับข้อมูลตามนโยบายสนับสนุนการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี (ESS)	ร้อยละความพึงพอใจของผู้บริหารที่นำข้อมูลที่ได้รับนำไปใช้ตัดสินใจได้ดี	75	80	80	85	90	
	เพื่อให้ทุกภาคส่วน ได้แก่ องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรเด็กและเยาวชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม ได้รับรู้ เข้าใจ คุณธรรมพอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา และกิจกรรมของ	ผลการประเมิน (ค่าเฉลี่ย) ความสำเร็จคุณภาพเนื้อหา (content) และคุณภาพผลผลิตสื่อส่งเสริมค่านิยมคุณธรรมทางสังคม (พอเพียง)	“ดี” ระดับ 3.01 -	“ดี” ระดับ 3.01 -	“ดีมาก” ระดับ 4.01 -	“ดีมาก” ระดับ 4.01 -	“ดีเยี่ยม” ระดับ 4.51 -	
			3.50	3.50	4.50	4.50	4.75	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	ศูนย์คุณธรรม ผ่านกระบวนการสื่อสารสร้างการรับรู้ความเข้าใจบนแพลตฟอร์ม On Air, Online, On Ground และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง บุคลากร และองค์กรได้จนเป็นค่านิยมคุณธรรมทางสังคม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา) ได้	วินัย สุจริต จิตอาสา) เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม การสื่อสารทาง On Air Online On Ground แตกต่าง โดดเด่นน่าเชื่อถือ และสนองตอบประโยชน์กลุ่มเป้าหมาย	จาก 5 คะแนน	จาก 5 คะแนน	จาก 5 คะแนน	จาก 5 คะแนน	จาก 5 คะแนน	
	เพื่อให้ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัว ได้รับองค์ความรู้ นวัตกรรม เนื้อหาหรือกิจกรรมด้านวินัยและความรับผิดชอบต่อองค์กร ด้วยกระบวนการสื่อสารสร้างการเปลี่ยนแปลง จนนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวินัยและความรับผิดชอบต่อองค์กรและสถาบันครอบครัวได้เป็นอย่างดี	- ร้อยละผู้ชม/ผู้ใช้บริการ เนื้อหาองค์ความรู้ นวัตกรรม หรือกิจกรรมด้านวินัยและความรับผิดชอบต่อองค์กรผ่านทุกช่องทางสื่อ เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 62	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 10	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 15	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 20	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 50	เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60	
	เพื่อให้องค์กร Co Brand ได้รับความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วม กำหนดกลยุทธ์การขับเคลื่อนสังคม	ระดับความพึงพอใจของ องค์กรต่อการมีส่วนร่วมเป็น เจ้าของการขับเคลื่อนสังคม	อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.01-	อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (4.01-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (4.51-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (4.76-	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	คุณธรรมร่วมกัน และแบ่งปันความ น่าเชื่อถือ ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ซึ่งกันและกัน เกิดความร่วมมือที่มีการ สร้างคุณค่าของแบรนด์ (brand value) ร่วมกันได้ดี	คุณธรรม						
	เพื่อให้เครือข่ายองค์กรสื่อมวลชน ได้รับบริการด้านเนื้อหา (Content) ส่งเสริมสังคมคุณธรรมและตระหนักใน ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ (วินัย) มีคุณธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ใช้ความ เข้มแข็งของ Total Media Solution ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ On Ground – On Air – On Line มาสร้างประโยชน์ สูงสุดให้กับผู้รับบริการและองค์กร ด้วยความพร้อมทางด้านผู้ให้บริการ เนื้อหา (Content Provider)	ระดับความพึงพอใจต่อการ บริการด้านเนื้อหา (Content) ส่งเสริมสังคม คุณธรรมของเครือข่าย องค์กรสื่อมวลชน มีความ รับผิดชอบต่อการปฏิบัติ หน้าที่ รวมทั้งมีคุณธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพในการ นำเสนอข้อมูลข่าวสาร อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก” ระดับ 4.01 - 4.50 จาก 5	อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.01-	อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (4.01-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (4.51-	อยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (4.76-	
	เพื่อให้ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบัน การศึกษา และสถาบันครอบครัว ได้รับองค์ความรู้ นวัตกรรม เนื้อหา	ร้อยละผู้ชม/ผู้ใช้บริการ เนื้อหาองค์ความรู้ นวัตกรรม หรือกิจกรรมด้านวินัยและ	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ	เพิ่มขึ้นไม่ น้อยกว่า ร้อยละ	เพิ่มขึ้น ไม่น้อย กว่า	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	หรือกิจกรรมด้านวินัย และความ รับผิดชอบขององค์กร ด้วย กระบวนการสื่อสารสร้างการ เปลี่ยนแปลง จนนำไปใช้ประโยชน์ใน การพัฒนาวินัย และความรับผิดชอบต่อ ให้กับบุคลากรในองค์กรและสถาบัน ครอบครัวได้เป็นอย่างดี	ความรับผิดชอบต่อของศูนย์ คุณธรรมผ่านทุกช่องทางสื่อ เพิ่มขึ้น	10	15	20	50	ร้อยละ 60 ขึ้นไป	
	เพื่อให้ได้มติ/ข้อตกลง/ประกาศ เจตนารมณ์จากการมีส่วนร่วมของ เครือข่ายทางสังคมในงานสัมชชา คุณธรรมแห่งชาติ	ร้อยละของมติ/ข้อตกลง/ ประกาศเจตนารมณ์ ที่ รายงานตรงตามมติของที่ ประชุมสัมชชา	100	100	100	100	100	
2.2 สินค้าและ บริการ	เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลและมีการรายงาน ผลการขับเคลื่อนงานส่งเสริมคุณธรรม ของสมาชิกเครือข่ายสัมชชาคุณธรรม ที่นำไปเป็นแนวทางการขับเคลื่อน	ร้อยละของข้อมูลรายงานผล การขับเคลื่อนส่งเสริม คุณธรรมที่ถูกส่งต่อไปยัง สมาชิก	100	100	100	100	100	
	เพื่อให้ได้องค์ความรู้/บทเรียนจาก กระบวนการสัมชชาคุณธรรม ที่ สามารถเลือกใช้และแลกเปลี่ยน สนับสนุนระหว่างเครือข่ายทางสังคม	จำนวนองค์ความรู้/บทเรียน จากกระบวนการสัมชชา คุณธรรม ของเครือข่าย สัมชชาคุณธรรม	6 (ไม่นับซ้ำ)	6 (ไม่นับซ้ำ)	6 (ไม่นับซ้ำ)	6 (ไม่นับซ้ำ)	6 (ไม่นับซ้ำ)	



มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	เพื่อให้ได้องค์ความรู้ด้านคุณธรรม ตามมาตรฐานคุณธรรมและแผนแม่บท ส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ	องค์ความรู้ด้านคุณธรรม เป็นไปตามมาตรฐาน คุณธรรมและแผนแม่บท ส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ	10	10	10	10	10	
	เพื่อให้มีหลักสูตรกลางผู้นำการ เปลี่ยนแปลงด้านการส่งเสริมคุณธรรม ตามมาตรฐานคุณธรรมของศูนย์ คุณธรรม	ระดับผลการประเมินของผู้ ประเมินหลักสูตรกลางผู้นำ การเปลี่ยนแปลงด้านการ ส่งเสริมคุณธรรมตาม มาตรฐานคุณธรรม ได้ มาตรฐาน <b>ระดับผลการประเมิน</b> ระดับที่ 1 : ผลการประเมิน หลักสูตรอยู่ในระดับต่ำกว่า มาตรฐาน ระดับที่ 2 : ผลการประเมิน หลักสูตรอยู่ในระดับอยู่ใน ระดับมาตรฐาน ระดับที่ 3 : ผลการประเมิน หลักสูตรอยู่ในระดับอยู่ใน ระดับเกินกว่ามาตรฐาน	1	2	2	2	3	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	เพื่อให้ได้งานวิจัย องค์ความรู้ และนวัตกรรม ส่งเสริมคุณธรรมที่ตรงตามความต้องการของเครือข่ายทางสังคม	จำนวนงานวิจัย องค์ความรู้ และนวัตกรรมส่งเสริมคุณธรรม	7	8	9	10	11	
	เพื่อให้ได้ชุดรายงานสนับสนุนงานเชิงนโยบาย ประกอบไปด้วย 1. ดัชนีชี้วัดคุณธรรม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตสาธารณะ และรับผิดชอบต่อ) 2. รายงานการสำรวจต้นทุนชีวิต 3. รายงานสถานการณ์คุณธรรมในสังคมไทย	จำนวนชุดรายงานเชิงนโยบาย ประกอบไปด้วย 1. ดัชนีชี้วัดคุณธรรม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตสาธารณะ และรับผิดชอบต่อ) 2. การสำรวจต้นทุนชีวิต 3. รายงานสถานการณ์คุณธรรมในสังคมไทย	3	3	3	3	3	
	เพื่อให้ได้แนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม และคู่มือการนำไปใช้	ผลประเมินแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม และคู่มือการนำไปใช้ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญตามสเปค/คุณสมบัติที่กำหนด	✓					
	เพื่อให้ได้แนวทาง (Guideline) พัฒนาระบบการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรม และคู่มือการนำไปใช้	แนวทาง (Guideline) พัฒนาระบบการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริม		✓				

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		คุณธรรมและคู่มือการ นำไปใช้ผ่านการประเมินจาก ผู้เกี่ยวข้อง						
	เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Open Data) ในการให้บริการองค์ ความรู้,บทความ,งานวิจัยและ VDO ส่งเสริมคุณธรรม ในการบริการ ประชาชน	จำนวนข้อมูลองค์ความรู้ที่ เผยแพร่ผ่านระบบ	700 รายการ	750 รายการ	800 รายการ	900 รายการ	1,000 รายการ	
	เพื่อให้ได้ข้อมูลองค์กรคุณธรรมและ มติ/นโยบายสาธารณะด้านคุณธรรมที่ เผยแพร่ในระบบศูนย์ข้อมูลกลาง ขนาดใหญ่ [Big Data]	จำนวนของข้อมูลที่เผยแพร่ ผ่านระบบศูนย์ข้อมูลกลาง ขนาดใหญ่	150 รายการ	200 รายการ	250 รายการ	300 รายการ	350 รายการ	
	เพื่อให้ได้ระบบการให้บริการ ประชาชนที่ตอบสนองการเรียนรู้ด้าน คุณธรรม [Moral E-services ]	จำนวนของระบบที่พัฒนาใน การให้บริการประชาชน สำหรับการเรียนรู้ด้าน คุณธรรม	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	1ระบบ ต่อปี	1ระบบ ต่อปี	
	เพื่อให้ได้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน	จำนวนระบบที่เป็นไปตาม มาตรฐานในการใช้งานของ ผู้ใช้งาน	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบต่อ ปี	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	
	เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลในการจัดการ	จำนวนครั้งที่ผู้บริหารได้รับ	12 ครั้งต่อ	12 ครั้งต่อ	12 ครั้งต่อ	12 ครั้งต่อ	12 ครั้งต่อ	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	บริหารข้อมูลภาครัฐที่มีมาตรฐานและโปร่งใสตรวจสอบได้	ข้อมูลนำเสนอ (นำไปวัด input)	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	
	เพื่อให้ได้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน	จำนวนระบบที่เป็นไปตามมาตรฐานในการใช้งานของผู้ใช้งาน	1 ระบบต่อปี	1 ระบบต่อปี	1 ระบบต่อปี	1 ระบบต่อปี	1 ระบบต่อปี	
	เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลในการจัดการบริหารข้อมูลภาครัฐที่มีมาตรฐานและโปร่งใสตรวจสอบได้	จำนวนครั้งที่ผู้บริหารได้รับข้อมูลนำเสนอ (นำไปวัด input)	12 ครั้งต่อปี	12 ครั้งต่อปี	12 ครั้งต่อปี	12 ครั้งต่อปี	12 ครั้งต่อปี	
	เพื่อให้ได้เนื้อหา (content) และสื่อส่งเสริมค่านิยมคุณธรรมทางสังคม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา) ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรเด็กและเยาวชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และเหมาะสมกับแพลตฟอร์มการสื่อสารทาง On Air Online On Ground	จำนวนยอดชมของสื่อทุกประเภท	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 30 / จำนวน ยอดชม ของสื่อทุกประเภท รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจาก ปี 62 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 / จำนวน ยอดชม ของสื่อทุกประเภท รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจากปี 63 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 / จำนวน ยอดชม ของสื่อทุกประเภท รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจาก ปี 64 ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 15	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60 / จำนวน ยอดชม ของสื่อทุกประเภท รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจาก ปี 65 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60 ขึ้นไป / จำนวน ยอดชม ของสื่อทุกประเภท รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจาก ปี 66 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25	
	เพื่อให้ได้เนื้อหา (content) ที่เป็นองค์	จำนวนการเข้าถึงองค์ความรู้	ไม่น้อย	ไม่น้อย	ไม่น้อย	ไม่น้อย	ไม่น้อย	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	ความรู้ นวัตกรรม หรือกิจกรรมด้าน วินัยและความรับผิดชอบขององค์กร เข้าถึงบริบทและการดำเนินงานของ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และ สถาบันครอบครัว	และนวัตกรรม เนื้อหา กิจกรรมของทุกกลุ่มงานใน องค์กร เพื่อเผยแพร่ ภาพลักษณ์องค์กรให้สังคม รับรู้ เข้าใจ และนำองค์ ความรู้ไปใช้ประโยชน์เพิ่ม มากขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5	กว่า ร้อยละ 5	กว่า ร้อยละ 5	กว่า ร้อยละ 10	กว่า ร้อยละ 15	กว่า ร้อยละ 20	
	เพื่อให้ได้เรื่องเล่า (Storytelling for Knowledge Management) เน้น การเล่าเรื่องเพื่อจัดการความรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้องค์กรคุณธรรมของ ภาคี Co Brand หรือความสำเร็จของ บุคคล และทีมเพื่อเรียนรู้องค์กร ส่งเสริมสังคมคุณธรรมในกลุ่ม Co Brand	ระดับความพึงพอใจในการ รับชมรับฟังเรื่องเล่าเพื่อการ เรียนรู้องค์กรส่งเสริม คุณธรรมฯ และสื่อร่วม เผยแพร่เรื่องเล่าเพื่อการ เรียนรู้ อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” ระดับ 4.01 - 4.50 จาก 5	อยู่ใน เกณฑ์ “ดี”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดี”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม”	
	เพื่อให้ได้ระบบนิเวศสื่อที่ดี โดย เครือข่ายสื่อมวลชนตระหนักในความ รับผิดชอบ (วินัย) ต่อการปฏิบัติหน้าที่ ไม่แชร์ข่าวลวง Fake News	ผลการประเมิน (ค่าเฉลี่ย) ความสำเร็จของการส่งเสริม สื่อสร้าง สรรค์สังคม สังคม สร้างสื่อที่มีคุณธรรม	อยู่ใน เกณฑ์ “ดี”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดี”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก”	อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม”	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	ระมัดระวังในการนำเสนอข่าวความรุนแรง นำเสนอข่าวเชิงบวกสร้างสรรค์มากขึ้น และมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมสื่อมวลชน	จริยธรรมสู่นิวส์สื่อที่ดี						
	เพื่อพัฒนากระบวนการขับเคลื่อนสมัชชาคุณธรรมให้เป็นเวทีกลางของเครือข่ายทางสังคมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ติดตามความก้าวหน้า และพัฒนานโยบายสาธารณะด้านคุณธรรม	ร้อยละของภาคีสมัชชาคุณธรรม ที่นำกระบวนการสมัชชาคุณธรรมไปประยุกต์ใช้หรือดำเนินการในองค์กร/พื้นที่ตนเอง (วัดความสำเร็จตามกระบวนการสมัชชาคุณธรรม)	100	100	100	100	100	<p>1. สร้างความร่วมมือเชิงนโยบายจากประเด็นคุณธรรมร่วม และยกระดับการบูรณาการความร่วมมือขององค์กรเครือข่ายทางสังคมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมผ่านระบบฐานข้อมูลสมาชิกให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และขยายเครือข่ายมากขึ้น</p> <p>2. การพัฒนารูปแบบกระบวนการ สมัชชาคุณธรรม ให้เกิดเป็นเวทีกลางและมีการจัดตั้งกลไกการขับเคลื่อนโดยสมาชิกองค์กรเครือข่ายทางสังคมครบทุกกระบวนการ ตั้งแต่การรวมกลุ่มเครือข่าย</p>

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สู่การขับเคลื่อน มีระบบติดตามความก้าวหน้า รวมถึงการพัฒนาติหรือข้อตกลงร่วมผลักดันนโยบายสาธารณะของแต่ละกลุ่มเครือข่ายทางสังคมครบทุกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง
3. ด้านกระบวนการหลัก	เพื่อพัฒนากระบวนการพัฒนาองค์กร คุณธรรมสู่มาตรฐานคุณธรรม 6 กลุ่ม	ร้อยละของการปฏิบัติงานตามแผนการพัฒนาศักยภาพคุณธรรม	80	80	80	80	80	
	- เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างหลักสูตรให้สอดคล้องตามบริบทของกลุ่มเป้าหมาย - เพื่อพัฒนากระบวนการจัดทำแผนการอบรม (รายไตรมาส/รายปี) ที่ประกอบด้วย พัฒนาเครื่องมือเอกสาร สื่อประกอบการอบรม / เตรียมการจัดอบรม / จัดอบรม	- ผลประเมินกระบวนการจัดการอบรมให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย <u>ค่าคะแนน</u> ค่าคะแนนที่ 1 ผลการประเมินกระบวนการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย		3	3	4	4	5

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		ระดับต่ำ ค่าคะแนนที่ 2 ผลการ ประเมินกระบวนการ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ระดับพอใช้ ค่าคะแนนที่ 3 ผลการ ประเมินกระบวนการ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ระดับปานกลาง ค่าคะแนนที่ 4 ผลการ ประเมินกระบวนการ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ระดับดี  ค่าคะแนนที่ 5 ผลการ ประเมินกระบวนการ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ระดับดีมาก - ร้อยละของการปฏิบัติงาน ตามแผนการอบรม	80	80	80	80	80	



มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	เพื่อกำหนดแผนพัฒนางานวิจัยองค์ความรู้และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรมภายในองค์กร	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนพัฒนางานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรมส่งเสริมคุณธรรมภายในองค์กร	80	80	85	85	90	หลัก 4C ของการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ประกอบไปด้วย 1. Content ข้อมูล 2. Connection การสร้างความเชื่อมโยงกับภายนอก หน่วยงานหรือบุคคลที่ขับเคลื่อนในประเด็นนั้นๆ 3. Customer นำเสนอข้อมูลให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (เช่น ข้อมูลสังเคราะห์ ข้อมูลเชิงตัวเลข) 4. Communication การแปลงผลงานวิจัยในรูปแบบใหม่ ที่เข้าใจง่าย การสื่อสารงานวิจัยบน Platform ใหม่ๆ
	เพื่อพัฒนากระบวนการวิจัย พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรม	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการวิจัย พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมส่งเสริมคุณธรรมตามแผนดำเนินงาน	100	100	100	100	100	
	เพื่อกำหนดแผนพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรมและกระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมภายในองค์กร	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรมและกระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรม	80	80	80	80	80	อาจจะมีแล้วฝังในระบบ initiative งานปกติ

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		ภายในองค์กร						
	เพื่อพัฒนากระบวนการวิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม และนำไปทดลองใช้กับองค์กรส่งเสริมคุณธรรมกลุ่มนำร่อง (Pilot Project)	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม	80	-	-	-	-	สร้างกระบวนการให้องค์กรที่มีประสบการณ์ในการออกแบบมาตรฐานและกระบวนการรับรองมาร่วมออกแบบและพัฒนา
		จำนวนองค์กร/ชุมชนที่ร่วมเป็นกลุ่มนำร่อง (Pilot Project) ทดลองใช้แนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม	5	-	-	-	-	
	เพื่อพัฒนากระบวนการวิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนาระบบการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรม และนำไปทดลองใช้กับองค์กรส่งเสริมคุณธรรมกลุ่มนำร่อง (Pilot Project)	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนาระบบการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรม	80	-	-	-	-	
	เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการและบูรณาการข้อมูล พัฒนาฐานข้อมูล/องค์กร [ Probase ] โดยวิเคราะห์ออกแบบระบบการจัดเก็บ [System	จำนวนข้อมูลที่อยู่ในระบบฐานข้อมูล	3,000 รายการ	3,250 รายการ	3,500 รายการ	3,750 รายการ	4,000 รายการ	<u>การจัดทำแผนพัฒนาศูนย์ข้อมูล และเทคโนโลยีสารสนเทศ 5 ปี</u> - พัฒนาศูนย์ข้อมูลโดยใช้

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	Analytics ]							<p>มาตรฐานของรัฐบาลดิจิทัล เพื่อยกระดับการให้บริการภาครัฐ [Citizen Services]</p> <p>- บูรณาการข้อมูลโดยใช้หลักการพัฒนาศูนย์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เชื่อมโยงการดำเนินการระหว่างหน่วยงาน [Government Integration]</p>
	เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการโดยพัฒนา Application และ Website	จำนวนระบบที่ออกแบบ กระบวนการจัดเก็บ	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	1ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	1 ระบบ ต่อปี	
	เพื่อพัฒนา Content และ ประสิทธิภาพในการสื่อสารส่งเสริม ค่านิยมคุณธรรมในสังคม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา) บนแพลตฟอร์ม On Air-Online-On Ground (ทำ แผนพัฒนา Content ที่สอดคล้องกับ ช่องทางการสื่อสารร่วมกับคณะทำงาน จัดทำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่าน	ร้อยละของการดำเนินงาน ตามแผนการจัดการ Content กับผลการประเมิน (Monitoring Evaluation) ความสำเร็จของประสิทธิภาพในการสื่อสารส่งเสริม ค่านิยมคุณธรรมในสังคม อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ	ร้อยละ 50 “รับรู้” ระดับ 2.01 - 3.50 จาก 5	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 3.50 จาก 5	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 3.50 จาก 5	ร้อยละ 70 “ดีมาก” ระดับ 5.01 5.50 แต่ไม่เกิน 5.50	ร้อยละ 80 “ดีเยี่ยม” ระดับ 5.50 ขึ้นไป	พัฒนาเนื้อหา (content creator) ให้ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย เด็ก เยาวชน ครอบครัว , วิทยากร 40 + คนทำงานในเมือง แรงงาน และเกษตรกร ในช่อง ทาง และบริการ (Content, Platform, & Service Strategic

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์)	4.01-4.50 จาก 5 คะแนน)	คะแนน	คะแนน	คะแนน			Plan) โดย วิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อผลิต Content ให้ตรงช่องทางการ ให้บริการ
	เพื่อพัฒนา Content ด้านวินัย ความ รับผิดชอบในกลุ่มเป้าหมายภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบัน ครอบครัว ด้วยและประสิทธิภาพใน การสื่อสารส่งเสริมความมีวินัย- รับผิดชอบต่อ บนแพลตฟอร์ม On Air On line On Ground (ทำแผนพัฒนา Content ที่สอดคล้องกับช่องทางการ สื่อสารร่วมกับคณะทำงานจัดทำข้อมูล ข่าวสารเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ และสื่อ สังคมออนไลน์)	ร้อยละของการดำเนินงาน ตามแผนการจัดการ Content ด้านวินัย-ความ รับผิดชอบ กับผลการ ประเมิน(Monitoring Evaluation) ความสำเร็จ ของประสิทธิภาพในการ สื่อสารส่งเสริมความมีวินัย- รับผิดชอบต่อ กลุ่มเป้าหมาย อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน)	ร้อยละ 50 “รับรู้” ระดับ 2.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 70 “ดีมาก” ระดับ 5.01 แต่ไม่เกิน 5.50	ร้อยละ 80 “ดีเยี่ยม” ระดับ 5.50 ขึ้นไป	
	เพื่อพัฒนาระบบการความร่วมมือ กับ องค์กร Co Brand ด้วยเครื่องมือ	ร้อยละของการดำเนินงาน ตามแผนความร่วมมือกับ	ร้อยละ 50 “รับรู้”	ร้อยละ 60 “ดี”	ร้อยละ 60 “ดี”	ร้อยละ 70 “ดีมาก”	ร้อยละ 80 “ดีเยี่ยม”	พัฒนาระบบเชื่อมโยง ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึง

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางการปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	การคิดเชิงระบบ (System thinking), คู่มือเรียนรู้ และทดลองปฏิบัติการบูรณาการแบบระบบที่มีชีวิตเพื่อความ เป็นเจ้าของการขับเคลื่อนสังคม คุณธรรมสู่องค์กรคุณธรรม (หนังสือ เมล็ดพันธุ์ชีวิตบูรณาการของ อ. ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์,กรรณจรรยา สุขรุ่ง, สุภาพ สิริบรรสพ)	องค์กร Co Brand และ ผล การ ประเมิน (Monitoring Evaluation) ความ สำเร็จ ของ ประสิทธิภาพในการบูรณา การความเป็นเจ้าของการ ขับเคลื่อนสังคมคุณธรรมสู่ องค์กรคุณธรรม อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01–4.50 จาก 5 คะแนน)	ระดับ 2.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ระดับ 5.01 แต่ไม่เกิน 5.50 จาก	ระดับ 5.50 ขึ้นไป	กลุ่มเป้าหมาย Co Brand แบบ fast track (Moral Next/Co Brand) ด้วยแนวทางการสื่อสารสร้าง การรับรู้ สร้างการยอมรับ และสร้างการมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่มี การสร้างคุณค่าของแบรนด์ (brand value) ร่วมกันได้ดี โดยวิเคราะห์แผนร่วมกัน
	เพื่อพัฒนากระบวนการความร่วมมือ กับองค์กรสื่อมวลชน ด้านการส่งเสริม คุณธรรม จริยธรรมสื่อมวลชน ภายใต้ ไต้ฉิม “สื่อสร้างสรรค์สังคม สังคมสร้าง สื่อที่มีคุณธรรมจริยธรรม” โดยพัฒนา หลักสูตรคุณธรรม จริยธรรม สื่อมวลชน เชื่อมโยงสถานการณ์สื่อ และกิจกรรม “พักก่อนโพสต์”	ร้อยละของการดำเนินงาน ตามแผนความร่วมมือกับ องค์กรสื่อมวลชน และผล การประเมิน (Monitoring Evaluation) ความ สำเร็จ ของประสิทธิภาพความ ร่วมมือส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมสื่อมวลชนภายใต้ ฉิม “สื่อสร้าง สรรค์สังคม	ร้อยละ 50 “รับรู้” ระดับ 2.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 60 “ดี” ระดับ 3.01 - 3.50 จาก 5 คะแนน	ร้อยละ 70 “ดีมาก” ระดับ 5.01 แต่ไม่เกิน 5.50	ร้อยละ 70 “ดีเยี่ยม” ระดับ 5.50 ขึ้นไป	พัฒนาระบบนิเวศสื่อ (MEDIA Ecosystem) เพื่อส่งเสริม “สื่อสร้างสรรค์ สังคม” ด้วยกลยุทธ์ Customer Relationship Management (CRM) และ สร้างความสัมพันธ์หลักสูตร คุณธรรม จริยธรรมสื่อมวลชน

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		สังคมสร้างสื่อที่มีคุณธรรม จริยธรรม” อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.01-3.50 จาก 5 คะแนน)						
<b>4. ด้านกระบวนการ การสนับสนุน</b>	เพื่อให้องค์กรได้รับผลตอบแทนจาก การบริหารเงินและกิจกรรมหารายได้ เสริมที่เป็นไปตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง จนนำไปจัดสวัสดิการ (reward) ให้แก่ บุคลากรได้อย่างเหมาะสม	ร้อยละผลตอบแทนการ บริหารเงิน	-	ร้อยละ 3 ของเงินที่ นำมา บริหาร	ร้อยละ 5 ของเงินที่ นำมา บริหาร	ร้อยละ 5 ของเงินที่ นำมา บริหาร	ร้อยละ 4 ของเงินที่ นำมา บริหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดทำระเบียบรายได้ เพื่อสนับสนุนการทำ กิจกรรมหารายได้จาก ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกที่มาของรายได้</li> <li>● คณะอนุกรรมการบริหาร ความเสี่ยงทางการเงิน</li> <li>● การหารายได้เพิ่มเติมด้วย วิธีการที่มีความเสี่ยงไม่เกิน ร้อยละ 2 (ปรับตามข้อมูล) ด้วยการฝากเงิน งบประมาณในธนาคาร พาณิชย์ / เงินบำเหน็จ มาลงทุนในกองทุนระยะ กลาง-ยาว</li> </ul>

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								<ul style="list-style-type: none"> <li>การหางบประมาณสำหรับการจัดสวัสดิการ จากการทำเนิกรกิจกรรมในศูนย์โดยลงทุนในสลากออมสิน หรือ ธกส</li> </ul>
		จำนวนสวัสดิการที่ถูกพัฒนา/ปรับปรุง/เพิ่มเติมจากผลตอบแทนการบริหารเงิน	-	จำนวน 1 สวัสดิการ	-	-	จำนวน 1 สวัสดิการ	
	เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานได้รับความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560 จนนำไปจัดซื้อจัดจ้างได้ตามแผนการจัดจ้างพัสดุ	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรศูนย์คุณธรรมต่อการจัดการงานพัสดุ	-	ร้อยละ 70	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80	ร้อยละ 85	<ol style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560 <ul style="list-style-type: none"> <li>โดยใช้ e-library /elearning/ line@/ การจัดทำ work process</li> <li>กำหนดหลักเกณฑ์การปรับแผนจัดซื้อจัดจ้าง</li> </ul> </li> </ol>

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								<p>(การปรับชื่อเรื่อง / ปรับระยะเวลา/ปรับวงเงิน)และระบุกำหนดการในการส่งแผนและปรับแผน โดยเพิ่มการสื่อสารติดตาม</p> <p>2. สํารวจข้อมูลเพื่อนํากําหนดแนวทางการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยการใ้แบบสอบถาม ออนไลน์</p>
	เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานได้รับความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560 จนนำไปจัดซื้อจัดจ้างได้ตามแผนการจัดจ้างพัสดุ	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรศูนย์คุณธรรมต่อการจัดการงานพัสดุ	-	ร้อยละ 70	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80	ร้อยละ 85	<p>1. การพัฒนาความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โดยใช้ e-library /elearning/ line@/ การจัดทำ work process</li> <li>- กำหนดหลักเกณฑ์การปรับแผนจัดซื้อจัดจ้าง</li> </ul>



มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								<p>(การปรับชื่อเรื่อง / ปรับระยะเวลา/ปรับวงเงิน)และระบุกำหนดการในการส่งแผนและปรับแผน โดยเพิ่มการสื่อสารติดตาม</p> <p>2. สํารวจข้อมูลเพื่อนํากําหนดแนวทางการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยการใ้แบบสอบถาม ออนไลน์</p>
	เพื่อให้บุคลากรได้รับมาตรการประหยัดทรัพยากร จนสามารถใช้ทรัพยากรภายในสำนักงานได้อย่างมีความเหมาะสม	ร้อยละของบุคลากรในองค์กรที่ร่วมใช้มาตรการประหยัดทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ร้อยละ 50	ร้อยละ 80	ร้อยละ 100			<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดกระดาษ เช่น e-meeting/ next gov/ สารบรรณ อิเล็กทรอนิกส์/intranet</li> <li>เปลี่ยนเป็นหลอดไฟประหยัดพลังงาน ล้างเครื่องปรับอากาศตามกำหนดเวลา ไฟเซนเซอร์ ทำความสะอาดหลอดไฟ</li> </ul>

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								วางแผนการเดินทาง (แจ้งกำหนดการใช้รถล่วงหน้าเพื่อวางแผนการเดินทาง/ดับเครื่องยนต์ขณะรอ/ตรวจเช็คสภาพรถตามเวลา/กำหนดเวลาในการส่งเอกสารสำนักงาน)
	เพื่อให้บุคลากรได้รับสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลที่เพิ่มขึ้นอย่างเหมาะสมและช่วยอำนวยความสะดวกในกาปฏิบัติงานจนทำให้เกิดขวัญกำลังใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	จำนวนการจัดหาสวัสดิการและสิทธิประโยชน์เกื้อกูลที่เพิ่มขึ้นทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน	-	-	เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ของจำนวนสวัสดิการเดิม	เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ของจำนวนสวัสดิการเดิม	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจและประมวลผลความต้องการด้านสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลของผู้รับบริการในรอบระยะเวลาตามความเหมาะสม และเทียบเคียงข้อมูลสวัสดิการกับองค์การมหาชนอื่นๆ และกฎหมายแรงงาน</li> <li>ดูแลเชิงป้องกันในเรื่องสุขภาพ</li> <li>การกำหนดแนวทางร่วมกับการเงิน เพื่อปรับปรุงเพิ่มเติม วงเงินการ</li> </ul>
		ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการจัดสวัสดิการภายในและประโยชน์เกื้อกูลของศูนย์คุณธรรม	ร้อยละ 60	ร้อยละ 70	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
								<p>รักษาพยาบาลต่อครั้ง / ปรับปรุงการจ่ายเงินสะสมสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เพิ่ม ปรับปรุงสวัสดิการที่ไม่เป็นตัวเงินที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตพนักงาน เช่น ค่าเยี่ยมคนเจ็บป่วย เจ้าภาพงานศพ</li> <li>● นำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการจัดทำระบบฐานข้อมูลบุคลากร และใช้ในปฏิบัติงาน เช่นระบบการลา การเบิกสวัสดิการ การอบรม</li> </ul>
	เพื่อให้บุคลากรได้รับการพัฒนา ค่านิยมองค์กร (core value) จนเกิดพฤติกรรมที่สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ (องค์กรคุณธรรมต้นแบบ)	ร้อยละของจำนวนบุคลากรที่ได้รับบริการพัฒนา ค่านิยมองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 90	ร้อยละ 100	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การประเมินช่องว่าง (gap) โดยประเมินระดับพฤติกรรม <ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบการวัดระดับของ core value</li> <li>- ออกแบบ</li> </ul> </li> </ul>
ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรม		ร้อยละ 70	ร้อยละ 70	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80		
ร้อยละความเห็นของบุคคลภายนอกต่อการทำงาน		-	ร้อยละ 70	ร้อยละ 70	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80		

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		ร่วมกับบุคลากรศูนย์ คุณธรรม						กระบวนการ ประเมินด้วยการมี ส่วนร่วม - นำ gap มาจัดทำชุด กระบวนการในการ ปิด gap หา เครื่องมือ behavior checklist
	เพื่อให้องค์กรได้รับแผนยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ชาติ จนนนำไปปฏิบัติได้บรรลุตาม เป้าหมายขององค์กร	ร้อยละผู้บริหารและบุคลากร ที่นำแผนไปใช้ได้ผลตาม เป้าหมาย	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	การนำเรื่องการบริหารแผน ยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมาย ไปกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของ การประเมินผลผู้บริหารและ เจ้าหน้าที่
ผลประเมินองค์การมหาชน อยู่ในระดับคุณภาพ		✓	✓	✓	✓	✓		
ร้อยละความพึงพอใจของ ผู้รับบริการภายนอก		ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80		
	เพื่อให้องค์กรได้รับแผนบริหารความ เสี่ยงและการควบคุมภายในที่เป็น มาตรฐานสากล (COSO) จนนนำไป ปฏิบัติได้บรรลุตามเป้าหมายของ องค์กร	ระดับความสำเร็จของการ บริหารความเสี่ยง (1-5) <u>ระดับคะแนน 1-5</u> ระดับ 1 : มีคณะกรรมการ/ ผู้รับผิดชอบที่เป็นทางการ	4	4	5	5	5	การนำเรื่องการบริหารความ เสี่ยงและควบคุมภายในไป กำหนดอยู่ในกระบวนการ ทำงานของทุกหน่วยงาน ภายใน

มิติผลลัพธ์	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)	ค่าเป้าหมาย (Target)					แนวทางปฏิบัติหลัก สู่ความสำเร็จ (Initiative)
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
		<p>ระดับ 2 : วิเคราะห์และระบุปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบและจัดลำดับสำคัญของความเสี่ยง</p> <p>ระดับ 3 : จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์</p> <p>ระดับที่ 4 : ดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยงได้ครบถ้วน</p> <p>ระดับที่ 5 : สรุปผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์</p>						

## ส่วนที่ 4 แผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Action Plan)

### 4.1. กระบวนการขับเคลื่อนสมัชชาคุณธรรม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
โครงการที่ 1. สร้างความร่วมมือเชิงนโยบายจากประเด็นคุณธรรมร่วม และยกระดับการบูรณาการความร่วมมือขององค์กรเครือข่ายทางสังคมด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมผ่านระบบฐานข้อมูลสมาชิกให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และขยายเครือข่ายมากขึ้น						
1.1 การสำรวจ รวบรวม วิเคราะห์บทบาทและศักยภาพการขับเคลื่อนคุณธรรมขององค์กรเครือข่ายทางสังคมทุกกลุ่ม (ทำทุกปีเพื่อยืนยันสถานะขององค์กรเครือข่าย)	/	/ (เครือข่ายเพิ่มขึ้น)	/ (เครือข่ายเพิ่มขึ้น)	/ (เครือข่ายเพิ่มขึ้น)	/ (เครือข่ายเพิ่มขึ้น)	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม
1.2 วิเคราะห์ข้อมูล สถานการณ์ด้านคุณธรรมของสังคมเพื่อจัดกลุ่มเครือข่าย (stakeholder) ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหา/การขับเคลื่อนงาน ร่วมเพื่อเชื่อมโยงหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมในประเด็นที่เกี่ยวข้องของแต่ละเครือข่าย	/	/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม + งานวิจัยภายใน และภายนอก
1.3 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสมาชิกเครือข่ายทางสังคมโดยจัดกลุ่มเครือข่ายระดับต่างๆ (ระดับนโยบาย ระดับสนับสนุน/ส่งเสริม และระดับปฏิบัติ/การขับเคลื่อน) ของทุกกลุ่มเครือข่าย(6 เครือข่าย) ให้เกิดการแลกเปลี่ยน รายงานข้อมูล ผลการขับเคลื่อนผ่านระบบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	/ ( 2 กลุ่มเครือข่าย)	/ ( 4 กลุ่มเครือข่าย)	/ ( 6 กลุ่มเครือข่าย)			กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม + งานสารสนเทศฯ
1.4 การถอดบทเรียน ความสำเร็จการการขับเคลื่อนของแต่ละเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ขยายผลในวงกว้าง		/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม +

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
						งานวิจัยภายใน และภายนอก
โครงการที่ 2. การพัฒนารูปแบบกระบวนการ สมัชชาคุณธรรมให้เกิดเป็นเวทีกลาง และมีการจัดตั้งกลไกการขับเคลื่อนโดยสมาชิกองค์กรเครือข่ายทางสังคมครบทุกกระบวนการ ตั้งแต่การรวมกลุ่มเครือข่าย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สู่การขับเคลื่อน มีระบบติดตามความก้าวหน้า รวมถึงการพัฒนามติหรือข้อตกลงร่วม ผลักดันสู่นโยบายสาธารณะของแต่ละกลุ่มเครือข่ายทางสังคมอย่างกว้างขวาง						
2.1 รวบรวม <u>สังเคราะห์บทเรียนกระบวนการขับเคลื่อนสมัชชาคุณธรรมในระดับต่างๆ (จังหวัด ภูมิภาค ชาติ) เพื่อจัดทำชุดความรู้การจัดสมัชชาคุณธรรมสำหรับนำไปใช้</u> ในการเผยแพร่ขยายผลแก่สมาชิกเครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	/	/				กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม
2.2 ส่งเสริม <u>การจัดตั้งกลไกการขับเคลื่อนของแต่ละเครือข่ายทางสังคมแบบมีส่วนร่วม</u> ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในประเด็นขับเคลื่อนร่วม <u>เพื่อทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายนำไปสู่การจัดสมัชชาคุณธรรมทั้งเชิงประเด็น และเชิงพื้นที่</u>	/	/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม + งานเครือข่าย
2.3 ส่งเสริม สนับสนุนการจัดสมัชชาคุณธรรมให้เกิดเวทีกลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของแต่ละกลุ่มเครือข่ายเพื่อระดมความเห็นด้วยฐานความรู้ และข้อเสนอจากความต้องการของแต่ละเครือข่าย <u>จนเกิดเป็นมติ /ข้อตกลงร่วม/ประกาศเจตนารมณ์</u> ของการประชุมสมัชชา ที่มาจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และผลักดันให้เป็นวาระร่วม/นโยบายการขับเคลื่อนของเครือข่าย		/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม + งานเครือข่าย
2.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูล การติดตาม รายงานผลการดำเนินงาน การสื่อสารที่เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในกลุ่มสมาชิกเครือข่าย และระหว่างกลุ่มเครือข่าย <u>เพื่อ</u>		/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม +

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
เป็นแหล่งกลางข้อมูล องค์ความรู้ที่เกิดจากกระบวนการสมัชชาคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง						งานสารสนเทศ
2.5 ส่งเสริมการนำมติ / ข้อตกลงร่วม/ประกาศเจตนารมณ์ ไปขยายผลสู่การปฏิบัติในพื้นที่ให้เกิดรูปธรรมความสำเร็จ เพื่อถอดบทเรียนนำมาเผยแพร่ขยายผล		/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม
2.6 จัดให้มีระบบการประเมิน กำกับ ติดตามการขับเคลื่อนของสมาชิกเครือข่ายทางสังคม เพื่อปรับปรุง พัฒนาระดับกระบวนการสมัชชาคุณธรรมให้มีการนำไปใช้ดำเนินการ ขับเคลื่อนและขยายผลในวงกว้าง		/	/	/	/	กลุ่มงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม

#### 4.2. กระบวนการส่งเสริมองค์กรคุณธรรม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
วิเคราะห์จัดกลุ่มเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ มีศักยภาพ (คน เงิน แผน) และมีหน่วยงานส่งเสริมชัด <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์กรภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ/Co-brand</li> <li>- กลไกสี่ภาค</li> <li>- เครือข่ายศูนย์คุณธรรม</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม กลุ่มงานสมัชชาคุณธรรม กลุ่มงานสื่อสารองค์กร



แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
<b>จัดทำแผนงานส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานรายกลุ่ม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เจรจาระดับนโยบาย/ทำความเข้าใจ</li> <li>- พัฒนามาตรฐานเป็นเครื่องมือส่งประเมินตนเอง</li> <li>- องค์กรประเมินตนเอง</li> <li>- ทำแผนการพัฒนา</li> <li>- ประเมินผลตามแผนองค์กร</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม
<b>ส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายของศูนย์คุณธรรม โดยใช้ระบบสมาชิก“องค์กรส่งเสริมคุณธรรม”</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพองค์กรใน 6 เครือข่าย</li> <li>- เปิดระบบรับสมาชิกการยื่นความจำนงค์องค์กรต่างๆ</li> <li>- ใช้มาตรฐานกลาง ของศูนย์คุณธรรมในการประเมินตนเอง (ในปี 2565)</li> <li>- มีระบบติดตาม ประเมินผล</li> <li>- นำเสนอผลและยกย่อง ในงานสมัชชาคุณธรรม</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม กลุ่มงาน IT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ถอดความรู้กระบวนการพัฒนาขององค์กรที่ประสบความสำเร็จ</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การประเมินผลการพัฒนาองค์กรทั้ง 6 กลุ่ม เปรียบเทียบกับแผนงาน</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม

#### 4.3 กระบวนการพัฒนาหลักสูตรการส่งเสริมคุณธรรม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>จับกลุ่มเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ มีศักยภาพ(คน เงิน แผน) และมีหน่วยงานส่งเสริมชัดเจน</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาหลักสูตรการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการ กลุ่มเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาหลักสูตร Coaching</li> <li>- จัดอบรม</li> <li>- วิจัยประเมินการอบรม วัดที่ pre-test / post-test การสอบผ่าน</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> <li>ติดตามความก้าวหน้า                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระบบติดตามข้อมูล</li> <li>- การลงพื้นที่ติดตาม กระตุ้น</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	
<ul style="list-style-type: none"> <li>การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	
<ul style="list-style-type: none"> <li>การประเมินผลกระบวนการจัดอบรม                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิเคราะห์ผลร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินผู้อบรมและหลักสูตร</li> <li>- การเชื่อมโยงผลผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่งาน story telling</li> <li>- พัฒนาหลักสูตรและกระบวนการจัดอบรมต่อเนื่อง</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานสมัชชาคุณธรรม กลุ่มงานสื่อสารองค์กร

#### 4.4 กระบวนการฝึกอบรมวิทยากรส่งเสริมคุณธรรม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1 (2563)	ปีที่ 2 (2564)	ปีที่ 3 (2565)	ปีที่ 4 (2566)	ปีที่ 5 (2567)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาปรับหลักสูตรการให้บริการ ให้ตรงต่อความต้องการ (ชื่อ กระบวนการ) ของกลุ่มเป้าหมาย 3 ระดับ               <ul style="list-style-type: none"> <li>ชุดองค์ความรู้ กลุ่ม New comer หลักสูตรองค์คุณธรรม</li> <li>ชุดเครื่องมือส่งเสริมคุณธรรม กลุ่มทั่วไป หลักสูตร ได้แก่ ต้นทุนชีวิตเสาะเขตคุณธรรม จิตปัญญาศึกษา โครงการคุณธรรม ฯลฯ</li> <li>ชุดพัฒนาแกนนำ กลุ่ม RE knowledge หลักสูตร การพัฒนาคุณธรรมด้วยพลังบวกตามศาสตร์พระราชา</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดแผนการจัดอบรม               <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดปฏิทินการอบรม ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>จัดอบรม</li> <li>ประเมินการอบรม วัดที่ pre-test / post-test การสอบผ่าน</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> <li>ติดตามความก้าวหน้า               <ul style="list-style-type: none"> <li>มีระบบติดตามข้อมูล (ใช้ระบบ IT)</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม กลุ่มงานศูนย์ข้อมูลและสารสนเทศ
<ul style="list-style-type: none"> <li>วิจัยการประเมินผลเพื่อพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการจัดอบรม               <ul style="list-style-type: none"> <li>วิเคราะห์ผลร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินผู้อบรมและหลักสูตร</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม

#### 4.5 กระบวนการพัฒนางานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่1 (2563)	ปีที่2 (2564)	ปีที่3 (2565)	ปีที่4 (2566)	ปีที่5 (2567)	
1. กำหนดแผนพัฒนางานวิจัย องค์ความรู้และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรมภายในองค์กร						<p>กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม</p> <p>ดำเนินการร่วมกับ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กลุ่มงานสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและสมัชชาคุณธรรม</li> <li>2. กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม</li> <li>3. กลุ่มงานศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ</li> <li>4. กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม</li> </ol>
2. วิจัย พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรม (งานวิจัยองค์ความรู้ นวัตกรรม และชุดรายงานสนับสนุนงานเชิงนโยบาย)						กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม
3. บริหารจัดการงานวิจัย งานองค์ความรู้ และนวัตกรรมการส่งเสริมคุณธรรมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์						กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม
4. จัดประชุมวิชาการ						กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม

#### 4.6. กระบวนการพัฒนามาตรฐานคุณธรรมและพัฒนากระบวนการรับรององค์กร

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่1 (2563)	ปีที่2 (2564)	ปีที่3 (2565)	ปีที่4 (2566)	ปีที่5 (2567)	
1. กำหนดแผนพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรมและกระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมภายในองค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม ดำเนินการร่วมกับกลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรม เครือข่ายทางสังคม
2. วิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรมและนำไปทดลองใช้กับองค์กรส่งเสริมคุณธรรมกลุ่มนำร่อง (Pilot Project)	✓					กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม
3. วิจัยและพัฒนาแนวทาง (Guideline) พัฒนากระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรม และนำไปทดลองใช้กับองค์กรส่งเสริมคุณธรรมกลุ่มนำร่อง	✓					กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม
4. ถอดบทเรียนการทดลองใช้แนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม และแนวทาง (Guideline) พัฒนากระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมในกลุ่มนำร่อง (Pilot Project)		✓				กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม
5. พัฒนากระบวนการสร้างความร่วมมือกับองค์กรที่มีบทบาทด้านการประเมินผลและรับรององค์กร/ชุมชน ในการนำแนวทาง (Guideline) พัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม และแนวทาง (Guideline) พัฒนากระบวนการรับรองการเป็นองค์กรส่งเสริมคุณธรรมไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมิน			✓	✓	✓	กลุ่มงานพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม

#### 4.7 กระบวนการบริหารจัดการศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1 การจัดทำแผนพัฒนาศูนย์ข้อมูล และเทคโนโลยีสารสนเทศ 5 ปี	✓					ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำเนินการร่วมกับคณะทำงานจัดทำ แผน
2 พัฒนาศูนย์ข้อมูลโดยใช้มาตรฐานของรัฐบาลดิจิทัลเพื่อยกระดับการ ให้บริการภาครัฐ [Citizen Services]  <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการให้บริการนวัตกรรม องค์ความรู้ด้าน คุณธรรม [KM]</li> <li>● การพัฒนาระบบการเรียนรู้ด้านคุณธรรม เพื่อพัฒนาทุนชีวิต [AI Learning]</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ
3 บูรณาการข้อมูลโดยใช้หลักการพัฒนาศูนย์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เชื่อมโยงการดำเนินการระหว่างหน่วยงาน [Government Integration]  <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาระบบรายงานสถานการณ์คุณธรรม [Monitoring]</li> <li>● การพัฒนาระบบศูนย์ข้อมูลขนาดใหญ่ด้านคุณธรรม [Big Data]</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ
4 ใช้ระบบ Smart Operation ในการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการ สนับสนุนการปฏิบัติงาน  <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาระบบประเมินตนเองเพื่อส่งเสริมพัฒนามาตรฐานคุณธรรม [Moral Assessment]</li> <li>● การพัฒนาระบบดัชนีชี้วัดความสุขด้วยคุณธรรมความดี [HMI]</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ
5 ใช้ Digital Platforms เป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหาร	✓	✓	✓	✓	✓	ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
จัดการองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล (ERP) <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาระบบประเมินตนเองเพื่อส่งเสริมพัฒนามาตรฐานคุณธรรม [Moral Assessment] การพัฒนาระบบดัชนีชี้วัดความสุขด้วยคุณธรรมความดี [HMI]</li> </ul>						

#### 4.8 กระบวนการจัดการการสื่อสารและการรณรงค์ทางสังคม

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2 - 5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่1 (2563)	ปีที่2 (2564)	ปีที่3 (2565)	ปีที่4 (2566)	ปีที่5 (2567)	
1. กำหนดแผนพัฒนา Content ส่งเสริมค่านิยมคุณธรรมในสังคม (พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา) และแผนการจัดการ Content ผ่านเครือข่าย Social Media ให้เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลายตามกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งออกแบบการประเมิน (Monitoring Evaluation) ความสำเร็จของประสิทธิภาพในการสื่อสารส่งเสริมค่านิยมคุณธรรมในสังคมด้วยกระบวนการ (MEDIA LAB)	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม ดำเนินการ ร่วมกับ คณะทำงานจัดทำข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ และกลุ่มงานศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. กำหนดแผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) ความร่วมมือกับองค์กร Co Brand สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยภาคีหุ้นส่วนทางสังคม เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่มีการสร้างคุณค่าของแบรนด์ (brand value) เชื่อมโยง เรียนรู้ร่วมกัน	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม ดำเนินการ ร่วมกับ กลุ่มงานส่งเสริมคุณธรรมเครือข่ายทางสังคม
2.1 การสร้างการยอมรับ (Endorsed) มีเป้าหมายขยาย และสร้าง						

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนา 2 - 5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่1 (2563)	ปีที่2 (2564)	ปีที่3 (2565)	ปีที่4 (2566)	ปีที่5 (2567)	
คุณค่าและความยั่งยืนด้วย ภาคีหุ้นส่วนทางสังคม 2.2 สร้างการมีส่วนร่วม (Engaging & Sharing) มีเป้าหมายพัฒนาโลก การมีส่วนร่วมขององค์กร Co Brand ได้แก่ ประสานความร่วมมือ CSR ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม						
3. พัฒนาระบบการสร้างความร่วมมือ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม สื่อมวลชน ภายใต้ธีม “สื่อสร้างสรรค์สังคม สังคมสร้างสื่อที่มีคุณธรรมจริยธรรม” โดยพัฒนา หลักสูตรคุณธรรม จริยธรรมสื่อมวลชน ด้วยระบบนิเวศสื่อ (MEDIA Ecosystem) เพื่อส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์สังคมเชื่อมโยงสถานการณ์สื่อ และ กิจกรรม “พักก่อนโพสต์”	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทาง สังคม ดำเนินการ ร่วมกับ เครือข่ายองค์กรสื่อมวลชน (คจส.) และ ฝ่ายสื่อสารองค์กร Co Brand
4. ถอดบทเรียนความร่วมมือ Co Brand สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วย ภาคีหุ้นส่วนทางสังคม และความร่วมมือ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม สื่อมวลชน ภายใต้ธีม “สื่อสร้างสรรค์สังคม สังคมสร้างสื่อที่มีคุณธรรม จริยธรรม” โดยพัฒนาหลักสูตรคุณธรรม จริยธรรมสื่อมวลชน ด้วยระบบ นิเวศสื่อ (MEDIA Ecosystem)		✓			✓	กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทาง สังคม ดำเนินการ ร่วมกับ เครือข่ายองค์กรสื่อมวลชน (คจส.) และ ฝ่ายสื่อสารองค์กร Co Brand



#### 4.9 กระบวนการบริหารจัดการทางการเงินและรายได้

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
กลยุทธ์ที่ 1 การแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงด้านการเงิน						
<ul style="list-style-type: none"> <li>ศึกษารายละเอียด /จัดทำข้อเสนอเพื่อให้ผู้บริหารพิจารณา</li> </ul>	✓					ฝ่ายบริหาร กลุ่มงานบริหารทั่วไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>การเสนอแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงด้านการเงิน</li> </ul>	✓					คณะกรรมการและคณะ ผู้บริหาร
กลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำระเบียบ(ระเบียบรายได้และการบริหารรายได้) เพื่อสนับสนุนการทำกิจกรรมหารายได้จากการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง						
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดประชุมหารือเพื่อให้เกิดแผนการจัดกิจกรรมหารายได้กับฝ่ายปฏิบัติการ พร้อมจัดทำระเบียบรายได้เพื่อสนับสนุนการทำกิจกรรมหารายได้จากการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (ระเบียบรายได้และการบริหารรายได้) โดยจำแนกที่มาของรายได้ (ดอกเบี้ยเงินฝาก/เงินจากการทำกิจกรรม/เงินสนับสนุนจากองค์กรอื่น/เงินรายได้อื่นๆ)</li> </ul>	✓					-ฝ่ายปฏิบัติการ -คณะผู้บริหาร -งานแผนและงบประมาณ -หัวหน้าบริหารทั่วไป -เจ้าหน้าที่การเงิน
<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนอแผนการลงทุนต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน (ลงทุนตามข้อเสนอของคณะอนุฯ)</li> </ul>	✓					คณะบริหาร งานการเงินและบัญชี
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนการดำเนินงานตามแผนการหารายได้ของฝ่ายปฏิบัติการ</li> </ul>		✓				กลุ่มงานบริหารทั่วไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (ความพึงพอใจผู้เข้าร่วมอบรม (ควรจัดกิจกรรมต่อหรือไม่)/สรุปต้นทุนการดำเนินงาน หากกำไร/ขาดทุน)</li> </ul>		✓				-ฝ่ายปฏิบัติการ - หัวหน้าบริหารทั่วไป/ เจ้าหน้าที่การเงิน
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดสรรผลตอบแทนจากการบริหารเงินและกิจการหารายได้ เพื่อนำไป</li> </ul>		✓				- คณะอนุกรรมการบริหาร ความเสี่ยง

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
ลงทุนระยะสั้น หรือระยะยาวต่อให้เกิดผลกำไร (ต้องเสนอแผนการลงทุนต่อคณะอนุกรรมการฯ ให้อนุมัติการลงทุน)						- คณะผู้บริหาร - หัวหน้าบริหารทั่วไป / เจ้าหน้าที่การเงิน
<ul style="list-style-type: none"> <li>สรุปผลตอบแทนและรายงานต่อผู้บริหารสูงสุด</li> </ul>		✓				- คณะผู้บริหาร - หัวหน้าบริหารทั่วไป / เจ้าหน้าที่การเงิน

#### 4.10 กระบวนการบริหารจัดการทางพัสดุ

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
การพัฒนาความรู้ด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560						
1. จัดอบรมโดยเชิญวิทยากร ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง	↔					
2. จัดทำคู่มือ ขั้นตอนการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้าง จากประสบการณ์การทำงานจริง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรในหน่วยงาน		↔				
3. ติดตามและประเมินผล	↔	↔				
- จัดทำสถิติข้อมูลปัญหาการจัดซื้อจัดจ้าง	↔	↔				
- จัดทำแบบสอบถามถึงสาเหตุและปัญหา		↔				
- สรุปข้อมูล		↔				

4. ทบทวนและปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานให้เหมาะสม		←→				
<b>สร้างความเข้าใจในการจัดทำแผนจัดซื้อจัดจ้าง</b>						
- กำหนดหลักเกณฑ์ในการปรับแผนจัดซื้อจัดจ้าง โดยแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อร่วมหารือ และวางแนวทางการปฏิบัติให้ถูกต้องและเข้าใจตรงกัน	←→	←→				

#### 4.11 กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรสำนักงาน

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดมาตรการเกี่ยวกับการประหยัดทรัพยากร สำนักงาน						
<ul style="list-style-type: none"> <li>รวบรวมสถิติการใช้ทรัพยากรภายในองค์กร ของปีที่ผ่านมา และศึกษานโยบาย/แนวทางการประหยัดทรัพยากรของหน่วยงานต่างๆ ทั้งระดับประเทศ และระดับสากล</li> </ul>	✓					งานบริหารทั่วไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>แต่งตั้งคณะทำงานที่มีผู้แทนจากทุกกลุ่มงานเพื่อกำหนดความรับผิดชอบ</li> </ul>	✓					คณะผู้บริหาร งานบริหารทั่วไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดประชุมหารือแนวทางการปฏิบัติ ทำความเข้าใจร่วมกัน</li> </ul>	✓					คณะทำงาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดมาตรการ และเป้าหมายในการดำเนินการด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างชัดเจน</li> </ul>	✓					คณะทำงาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ความรู้บุคลากรถึงแนวทางการปฏิบัติตามมาตรการ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การประชุมทำความเข้าใจ การจัดทำคู่มือ</li> </ul>	✓					คณะทำงาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดกิจกรรมส่งเสริม และสื่อสาร รณรงค์ หลายช่องทางเพื่อให้บุคลากรในองค์กรตระหนักถึงการประหยัดพลังงาน และมีความรับผิดชอบร่วมกัน</li> </ul>	✓	✓				คณะทำงาน

• ติดตามและประเมินผลดำเนินกิจกรรมเป็นรายเดือน เสนอต่อผู้บริหาร		✓	✓	✓	✓	คณะทำงาน
--	--	---	---	---	---	----------

#### 4.12 กระบวนการบริหารจัดการด้านสวัสดิการของบุคลากร

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การสำรวจและประมวลผลความต้องการด้านสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลของบุคลากรในการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน</b>						
- การจัดสำรวจความต้องการของบุคลากรในหน่วยงานด้านการจัดสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล	✓					งานทรัพยากรมนุษย์
- การประมวลผลแบบสำรวจความต้องการและจัดทำสรุปแนวทางการจัดและปรับเปลี่ยนสวัสดิการเพื่อเป็นคำตอบแทนยกระดับความมั่นคงในชีวิตทั้งแบบเป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และการจัดให้มีประโยชน์เกื้อกูลเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล	✓	✓				งานทรัพยากรมนุษย์และเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การกำหนดมาตรการดำเนินงานและการจัดให้มีสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลโดยสำเร็จลุล่วงตามแผนเพื่อสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจให้ปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ</b>						
- การจัดตั้งคณะทำงานตัวแทนของทุกกลุ่มงานให้มีส่วนร่วมจัดทำกรอบแนวทางการดำเนินงานเพื่อเตรียมร่างข้อเสนอจากผลการสำรวจของกลยุทธ์ที่ 1	-	✓				งานทรัพยากรมนุษย์และตัวแทนทุกกลุ่มงาน
- การเสนอร่างกรอบแนวทางและการแก้ไขปัญหาในการปรับเปลี่ยนหรือจัดให้มีสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลที่เพิ่มขึ้นในการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากร	-	✓	✓			คณะผู้บริหารและงานทรัพยากรมนุษย์
- การพิจารณาหลักการและการผลักดันกระบวนการปรับเปลี่ยนและจัดให้มีสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลแก่บุคลากรทุกระดับ	-	✓	✓	✓		คณะอนุกรรมการบริหารงานบุคคล/ผู้บริหาร
- การกำหนดมาตรการเพื่อปรับเปลี่ยนและจัดให้มีสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลที่เพิ่มขึ้น	-	-	✓	✓	✓	คณะกรรมการศูนย์คุณธรรมและ

ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากรในองค์กรอย่างมั่นคง						งานทรัพยากรมนุษย์
--	--	--	--	--	--	-------------------

#### 4.13 กระบวนการพัฒนาค่านิยมองค์กร (core value) สู่องค์กรคุณธรรมต้นแบบ

แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา (ขึ้นอยู่กับการพัฒนางาน 2-5 ปี)					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การกำหนดพฤติกรรมที่สะท้อนค่านิยมองค์กรจากกระบวนการมีส่วนร่วม</b>						
- การประกาศเจตนารมณ์ของสมาชิกในองค์กร	✓					คณะผู้บริหาร และงานทรัพยากรมนุษย์
- การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ของแต่ละค่านิยมที่ชัดเจน ว่าง่าย	✓	✓	✓	✓	✓	บุคลากรศูนย์คุณธรรม และงานทรัพยากรมนุษย์
- การจัดตั้งคณะทำงานที่มาจากทุกกลุ่มงานเพื่อกำหนดแผนงาน และเป็น change agent ในการร่วมส่งเสริม รมรงค์ ประชาสัมพันธ์ สะท้อนข้อมูล	✓	✓	✓	✓	✓	กลุ่มงาน และงานทรัพยากรมนุษย์
- การติดตามทบทวนการดำเนินงาน	-	✓	✓	✓	✓	คณะผู้บริหารและคณะทำงาน
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรจัดทำโครงการกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง</b>						
- การสนับสนุนให้มีแผนการขับเคลื่อนค่านิยมองค์กรระดับกลุ่มงาน ระดับฝ่าย และระดับองค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	คณะผู้บริหาร และงานทรัพยากรมนุษย์
- การติดตามทบทวนการดำเนินงาน	-	✓	✓	✓	✓	คณะผู้บริหาร และงานทรัพยากรมนุษย์
- การจัดกิจกรรมรณรงค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันทุกระดับ	-	✓	✓	✓	✓	งานทรัพยากรมนุษย์
- การจัดการความรู้จากการดำเนินงาน ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ที่สามารถขยายผลได้	-	-	-	✓	✓	งานทรัพยากรมนุษย์

#### 4.14 กระบวนการบริหารแผนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

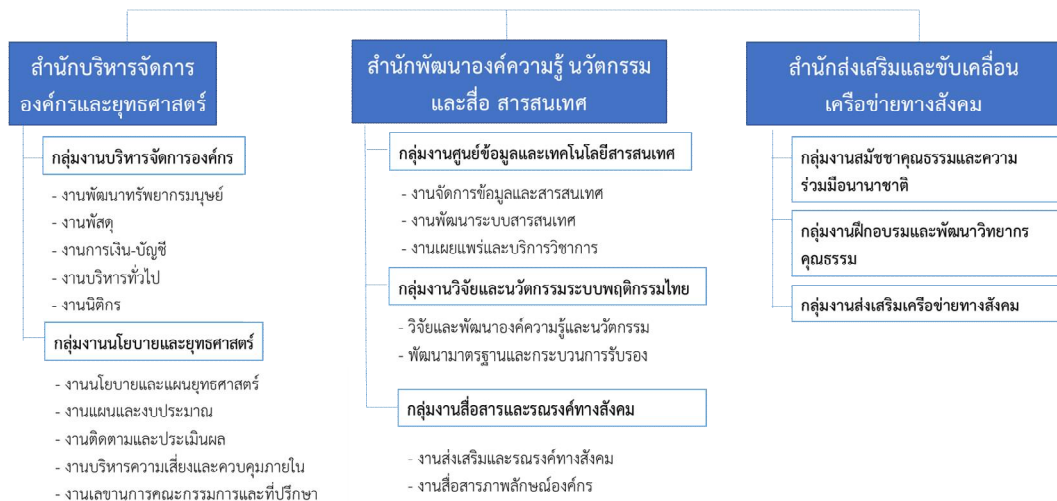
แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลา					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. ประชุมวางแผน ออกแบบ การติดตามและประเมินผล <ul style="list-style-type: none"> <li>• ทหารหรือผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญภายนอกและงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อวางแนวทางการประเมินผลตามยุทธศาสตร์ และกำหนดเป็นการจัดทำข้อตกลงการปฏิบัติงาน (Performance Agreement)</li> <li>• ออกแบบการติดตามและประเมินผล</li> </ul>	ก่อนเริ่มไตรมาส 1 (กันยายน)					กลุ่มงานยุทธศาสตร์ งานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
2. กำหนดและทบทวนเป้าหมาย/ตัวชี้วัดประจำปีของแผนยุทธศาสตร์ ศูนย์คุณธรรมและหน่วยงานกำกับภายนอก	ไตรมาส 1 (ตุลาคม)					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
3. ผู้บริหารให้นโยบาย ชี้แจง สร้างความเข้าใจในข้อตกลงผลงานที่แต่ละกลุ่มงานรับผิดชอบ	ไตรมาส 1 (ตุลาคม)					ผู้บริหาร + กลุ่มงานยุทธศาสตร์
4. ดำเนินการตามแผนการติดตามและประเมินผล <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประเมินผลการดำเนินงานภายใน (โครงการสำคัญ)</li> <li>• ประเมินความพึงพอใจผู้รับบริการ (Customer)</li> </ul>	รายไตรมาส ไตรมาส 3-4					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
5. รายงานการประเมินผลให้กับกลุ่มงานและผู้บริหารรับทราบ	รายไตรมาส					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
6. ทบทวนปรับปรุงการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย	ไตรมาส 4					กลุ่มงานยุทธศาสตร์

#### 4.15 กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายใน

กิจกรรม	ระยะเวลา					ผู้รับผิดชอบ
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. ประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน <ul style="list-style-type: none"> <li>รายงานผลการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน (ปี 62)</li> <li>กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในประจำปี</li> </ul>	กันยายน-ตุลาคม					กลุ่มงานยุทธศาสตร์ (ฝ่ายเลขานุการ)
2. ประชุมจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ร่วมกับหน่วยงานภายใน จำนวน 2 ครั้ง <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดวัตถุประสงค์</li> <li>ระบุความเสี่ยง</li> <li>ประเมินความเสี่ยง</li> <li>กำหนดกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง</li> <li>แผนปฏิบัติการกิจกรรมการควบคุม</li> </ul>	ตุลาคม					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
3. คณะกรรมการฯ กำหนดประเด็นความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ และสร้างความเข้าใจให้แก่หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ตุลาคม					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
4. ดำเนินการตามแผนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน						กลุ่มงานที่รับผิดชอบ
5. รายงานการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในให้กับคณะกรรมการฯ รับทราบ เพื่อกำกับติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผน	รายไตรมาส					กลุ่มงานยุทธศาสตร์
6. สรุปผลการดำเนินงานการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน	รายไตรมาส					กลุ่มงานยุทธศาสตร์

## ส่วนที่ 5 การวางกรอบโครงสร้างระบบงาน (Work System)

### กรอบโครงสร้างงานศูนย์คุณธรรม



ร่างโครงสร้างงานข้างต้น ออกแบบจากการวิเคราะห์กระบวนการทำงานและการส่งต่อเชื่อมโยงการทำงานของกระบวนการภายในทั้งระบบแบบ value chain โดยแบ่งออกเป็น 3 กระบวนการทำงาน คือ

**1) กระบวนการหลัก (Core process)** คือ กระบวนการงานที่ส่งผลลัพธ์การทำงานให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการโดยตรง ได้แก่ กระบวนการจัดการงานสมาชิกคุณธรรมและความร่วมมือนานาชาติ , กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาวิทยากรคุณธรรม (สถาบันพัฒนาวิทยากรคุณธรรม) , กระบวนการส่งเสริมเครือข่ายทางสังคม

**2) กระบวนการสนับสนุนงานหลัก (Support Core process)** คือ กระบวนการงานที่สนับสนุนการทำงานของกระบวนการงานหลัก เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ได้แก่ กระบวนการจัดการงานศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ , กระบวนการสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนวัตกรรมระบบพฤติกรรมไทย , กระบวนการสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม

**3) กระบวนการสนับสนุน (Support Process)** คือ กระบวนการจัดการงานสนับสนุนต่อการทำงานของกระบวนการหลักและกระบวนการงานสนับสนุนงานหลัก ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการองค์กร , กระบวนการบริหารงานนโยบายและยุทธศาสตร์