



โครงการ การพัฒนาตาม ระบบงาน (ISO 9001:2008) ระบบคน (HR)

30 ឆ.ប. 57

คำนำ

เอกสารฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ การจัดการความรู้และองค์การแห่งการเรียนรู้ (Knowledge Management and Learning Organization) มีจุดประสงค์เพื่อให้พนักงานหาความรู้และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ หลายท่านอาจรู้จักคำนี้ แต่ก็ยังมีอีกหลายท่านอาจไม่รู้หรือเข้าใจว่า การจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้คืออะไร และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือองค์กรอย่างไร และคนที่ทำงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คงไม่ปฏิเสธว่าไม่รู้จักคำ ๆ นี้ เพื่อให้พนักงานได้เข้าใจเพิ่มมากขึ้นตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในหน่วยงานที่ทำงานอยู่

เอกสารฉบับนี้ เป็นการเรียบเรียงโดย ฝ่ายบริหาร บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด คณะผู้เรียบเรียงเอกสาร ตระหนักดีถึงประโยชน์ที่ได้รับเพื่อนำวิธีการดี ๆ ไปปรับปรุงธุรกิจ, หน่วยงานของตนเอง

คณะผู้เรียบเรียงเอกสารจึงใคร่ขอขอบพระคุณต้นแนวคิดเจ้าของตำราและเอกสารต่าง ๆ ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการเรียบเรียงเอกสารฉบับนี้

คณะผู้จัดทำเอกสาร

สารบัญ

หน้า

บทนำ

การจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

ข้อที่ 1 ความเป็นมา	8
ข้อที่ 2 ความหมาย	8-9
ข้อที่ 3 ความสำคัญ	9
ข้อที่ 4 องค์ประกอบ	10
ข้อที่ 5 กระบวนการ/ขั้นตอน	10
ข้อที่ 6 ประโยชน์	11

ผลการศึกษาบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด 12-13

A.1) กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) 14-19

- 1) การจัดหาความรู้ (Knowledge Acquisition)
- 2) การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)
- 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)
- 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement)
- 5) การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)
- 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)
- 7) การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Utility)
- 8) การวัดและประเมินผลของการจัดการความรู้ (Measurements and Assessments of Knowledge Acquisition)

A.2) ขั้นตอนการนำการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ 20-24

- 1) การกำหนดและสร้างทีมงานจัดการความรู้ (Knowledge Management Team)
- 2) กำหนดกลยุทธ์การจัดการความรู้ (Knowledge Management Strategy)
- 3) สำรวจระบบการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร (Knowledge Management Survey)
- 4) คัดเลือกโครงการนำร่อง (Quick Win-KM Projects)
- 5) จัดทำโครงสร้างการจัดการความรู้ในองค์กร (Knowledge Management Structure)
- 6) กำหนดเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดการความรู้

(Knowledge Management Technology and Infrastructure)

- 7) กำหนดแผนปฏิบัติการความรู้ (Knowledge Management Action Plan)
- 8) การติดตามและควบคุม (Monitoring and Controlling)

B) ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทดังกล่าว 25

C) เครื่องมือ การจัดการความรู้ที่บริษัทนำมาใช้ 26

สารบัญอ้างอิง

ปัทมวารณ สิงห์ศรี. (2557).การจัดการความรู้และองค์การแห่งการเรียนรู้. เอกสารประกอบการสอน

กิริติ ชัยยิ่งยง. การจัดการความรู้ในองค์การและกรณีศึกษา (Knowledge Management in Organization)& case Study. กรุงเทพฯ : มิสเตอร์ ก๊อปปี (ประเทศไทย) จำกัด”

เจษฎา นกน้อยและคณะ. (2552).นันทาทรศนะการจัดการความรู้และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้.กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพลส จำกัด.

ดรักเกอร์, ปีเตอร์ เอฟ. (2554). การจัดการความรู้ : Knowledge Management. แปลโดย ญญา สันตระการผลเรียบเรียงโดย วิรุฒิ มามะศิรินันท์ จาก Harvard Business Review on Knowledge Management,กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.

ไพโรจน์ ชลารักษ์. (2551). การจัดการความรู้ :สังกัปทางทฤษฎี(Knowledge Management : Theoretical Concepts). กรุงเทพฯ : เพชรเกษม พรินต์ติ้งกรุ๊ป จำกัด

บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2547). การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : จิรวัดน์ เอ็กวี่เพรส.

บดินทร์ วิจารณ์. (2547). การจัดการความรู้ :สู่ปัญญาปฏิบัติ, กรุงเทพฯ : เอกซ์ปอร์เน็ท.

น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2547). การจัดการความรู้กับคลังความรู้ :Knowledge Management and Knowledge center,กรุงเทพฯ : เอสอาร์ พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์

พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้ :พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : เอกซ์ปอร์เน็ท.

มาร์ควอดต์, ไมเคิล เจ. (2548). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้. แปลโดย บดินทร์ วิจารณ์, กรุงเทพฯ : เอกซ์ปอร์เน็ท.

ยूरพร ศุทธรัตน์. (2552). องค์การเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬามหาวิทยาลัย.

Davenport, Thomas H. and Prusak Laurence.(1998). Working Knowledge.Boston : Harvard Business School Press.

Marquardt. (1996). Building the Learning Organization : A system Approach to Quantum improvement and Global Success. New York : McGraw-Hill.

Nonaka, Ikujiro and Takeuchi.(1995). The Knowledge Creating Company. New York : Oxford University Press.

การจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

1. ความเป็นมา

การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) เป็นเครื่องมือทางการจัดการ (Management Tool) ที่สำคัญ โดยมีแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับ “ความรู้” ของคนในองค์กรว่าเป็นสินทรัพย์อันมีค่า เนื่องจากกระแสยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรต้องมีการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง ทำให้องค์กรต้องการพนักงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker) ที่สามารถทำงานได้อย่างรอบด้าน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความมุ่งมั่นต่อองค์กร ทำงานอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งจะต้องเป็นคนที่มีความสามารถสูง (High Competencies) เพื่อที่จะสามารถผลักดันให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก รวดเร็ว นั่นคือองค์กรต้องมีความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ด้วยสติปัญญาและความสามารถของคนในองค์กร ซึ่งในอดีตนั้นอาจถือว่าที่ดิน ทุน เงิน หรือเครื่องจักรอุปกรณ์เป็นทรัพย์สินสำคัญขององค์กร แต่ยังมีทรัพย์สินสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรอยู่รอดได้ แต่มองไม่เห็นด้วยตาหรือจับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) นั่นคือความรู้ของคนในองค์กร ซึ่งเป็นทุนทางปัญญาที่สำคัญขององค์กร (Intellectual Capital) นั่นเอง

จากความสำคัญของการจัดการความรู้ดังกล่าว ทำให้องค์การทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำแนวคิดการจัดการความรู้มาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรรวมทั้งสร้างสมรรถนะและประสิทธิภาพในการแข่งขันให้ ซึ่งการที่จะทำให้เกิดความสำเร็จดังกล่าวขึ้นได้นั้น ผู้บริหารควรทำความเข้าใจความหมายของการจัดการความรู้ พัฒนาการของการจัดการความรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการจัดการความรู้ รวมทั้งประโยชน์ของการจัดการความรู้ เพื่อช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์แนวคิดของการจัดการความรู้ไปใช้ในองค์กรต่อไป

2. ความหมาย

ความหมายของการจัดการความรู้ มีผู้เสนอความคิดเห็นที่น่าสนใจไว้มากมาย ดังนี้

- Trapp (1999, อ้างใน พรธิดา วิเชียรปัญญา 2547 ; 29) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยงานต่างๆ จำนวนมาก ซึ่งมีการบริหารจัดการในลักษณะบูรณาการเพื่อก่อให้เกิดคุณประโยชน์ที่คาดหวังไว้ การจัดการความรู้จึงเป็นแนวคิดองค์รวมที่จะบริหารจัดการทรัพยากรที่เป็นความรู้ในองค์กร

- Kucza (2001, อ้างใน พรธิดา วิเชียรปัญญา 2547 ; 29) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการของการสร้างความรู้ การจัดเก็บและการแบ่งปันความรู้ กล่าวโดยทั่วไปจะ

รวมถึงการระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการและการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่จะส่งผล
กระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้นเพื่อบรรลุถึงความต้องการ

- พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547, 32-33) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ ว่าหมายถึง
กระบวนการ อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลความรู้ สารสนเทศ ความคิด การกระทำตลอดจน
ประสบการณ์ ของบุคคล เพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคล
สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ ในการ
ปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและ
ไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

- สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548 ; 4) ได้ให้ความหมายของ การจัดการ
ความรู้คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนา
ให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงาน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

- ศ.นพ. วิจารณ์ พานิช (2548 ; 17) ให้ความหมายการจัดการความรู้ ว่าเป็นกระบวนการร่วมกันของ
ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรหรือหน่วยงานย่อยขององค์กร เพื่อสร้างและใช้ความรู้ในการทำงานให้เกิดผล
สัมฤทธิ์ดีขึ้นกว่าเดิม โดยมีเป้าหมายพัฒนางานและคน

- ปณิดา พันภัย (2544 ; 24) ให้ความหมายการจัดการความรู้ ว่าหมายถึง กระบวนการอย่างเป็น
ระบบเกี่ยวกับการประมวลผล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้าง
ความรู้ หรือนวัตกรรมและจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูล ที่สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่
องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอน
ความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่ก็จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุลเพื่อเพิ่ม
ความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

3. ความสำคัญ

กระบวนการในการให้ได้มาซึ่งความรู้ที่มีอยู่ หรือสั่งสมในตัวบุคคล หรือองค์กรอย่างเป็นระบบ
เพื่อพร้อมสำหรับการถ่ายทอดไปยังบุคคลหรือองค์กรอื่น ด้วยขั้นตอนและวิธีการต่างๆ ที่สามารถพัฒนา
ปรับปรุงความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคลหรือองค์กร การสร้างองค์ความรู้ใหม่ และนำไปใช้ให้เกิด
ประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

4. องค์ประกอบ

ความสำเร็จของการจัดการความรู้เกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

4.1 ด้านคน (People) ประกอบด้วยบุคคลสำคัญ ดังนี้

1. ผู้บริหารสูงสุด
2. ผู้นำให้เกิดการจัดการความรู้
3. ผู้อำนวยการความสะดวก
4. ผู้ปฏิบัติการจัดการความรู้
5. ผู้ประสานงาน
6. พนักงาน

4.2 ด้านกระบวนการ (Process)

4.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

5. กระบวนการ/ขั้นตอน

การที่มีผู้บริหารจะนำแนวคิดของการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรของตนให้เกิดผลสำเร็จ ควรเข้าใจถึงรูปแบบและขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ หรือพัฒนาของความรู้ที่จะเกิดขึ้น ดังนี้

5.1 รูปแบบของการจัดการความรู้

- 5.1.1 การจัดการที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ
- 5.1.2 การจัดการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์

5.2 ขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้

- 5.2.1 การบ่งชี้ความรู้ / การค้นหาความรู้
- 5.2.2 การสร้างและแสวงหาความรู้
- 5.2.3 การจัดความรู้ให้เป็นระบบ
- 5.2.4 การประมวลและกลั่นกรองความรู้
- 5.2.5 การเข้าถึงความรู้
- 5.2.6 การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้
- 5.2.7 การเรียนรู้

6. ประโยชน์

6.1 ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ทำให้องค์กรสามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง

6.2 เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ โดยประเภท คุณภาพ และความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ ผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจต้องสามารถเรียกและประยุกต์ความรู้ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.3 ความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่น การทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในงานและวัตถุประสงค์ของงาน โดยไม่ต้องมีการควบคุม หรือมีการแทรกแซงมากนักจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในที่ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน

6.4 ความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการความรู้ช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจในลูกค้า แนวโน้มของตลาดและการแข่งขัน ทำให้สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้

6.5 การพัฒนาทรัพยากร เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ เป็นต้น

6.6 การยกระดับผลิตภัณฑ์ การนำการจัดการความรู้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริการ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ อีกด้วย

6.7 การบริหารลูกค้า การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้า จะเป็นการสร้างความพึงพอใจและเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่องค์กร

6.8 การลงทุนทางทรัพยากรบุคคล การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันผ่านการเรียนรู้ร่วมกันการจัดการด้านเอกสาร การจัดการกับความรู้ที่ไม่เป็นทางการ เพิ่มความสามารถให้แก่องค์กรในการจ้างและฝึกฝนบุคลากร

ผลการศึกษา: บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด เป็นบริษัทประกอบธุรกิจ รับออกแบบสร้างโกดังสินค้า , โรงงานอุตสาหกรรม ขนาดเล็ก, ขนาดใหญ่, จำหน่ายหลอดไฟฟ้าประหยัดพลังงาน LED, เหล็กเส้น, เหล็กรูปพรรณ , สายไฟ, และรับเป็นที่ปรึกษาการลงทุน Developer Consultantสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ เลขที่ 88 อาคาร เอ.พี. นครินทร์ ห้องที่ 5 ชั้น 9 ซอยลาซาล 58 ถนนศรีนครินทร์ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 และมีสาขาที่ประเทศลาว, ประเทศมาเลเซีย มินโยบายมุ่งมั่นในการเจริญเติบโตและสนับสนุนบุคลากร, สร้างเครือข่ายธุรกิจ พาร์ทเนอร์ และการบริการที่มุ่งมั่นตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2008 ให้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อความพึงพอใจและความเชื่อมั่นกับลูกค้าของบริษัท

- ปัจจัยแห่งความสำเร็จหนึ่งของบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด คือ “การพึงพอใจของลูกค้า” การให้บริการที่ดีเลิศต่อลูกค้าจึงมีความจำเป็นและสำคัญมาก ดังนั้นโครงการจัดความรู้ในส่วนสายงาน ฝ่ายบริหาร(Exclusive Management) จึงมีบทบาทสำคัญต่อ บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด เพื่อความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มลูกค้าและพัฒนาคำเนินงาน ทั้งศักยภาพการแข่งขันขององค์กรโดยใช้รูปแบบการจัดการความรู้

- เป้าหมายในการจัดการความรู้ ของ บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. คือการจัดการความรู้ให้กับสายงานต่าง ๆ เพิ่มความสามารถของสายงานและศักยภาพของพนักงาน ซึ่งพนักงานสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ และยังสามารถหาข้อมูลสารสนเทศที่บริษัทจัดเตรียมไว้ให้ ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลให้พนักงานมีความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพพร้อมผลิตงานที่มีประสิทธิผลพร้อมที่ให้บริการลูกค้าของบริษัท ลูกค้าจึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานทั้งความสามารถ และระยะเวลาที่ครบตามกำหนด

- การจัดการความรู้ในองค์กรของ สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด เริ่มจากความต้องการนำบริษัทเข้าแข่งขันธุรกิจในประเทศอาเซียนในอนาคต ภายใน 31 ธันวาคม 2558 ประกอบกับบริษัท เป็นบริษัทสัญชาติไทย โดยมีเจ้าของธุรกิจคนเดียว ความต้องการนี้จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันใน AEC ด้วยเหตุนี้ บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด คาดว่าการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) จะสามารถช่วยให้อำตอบได้ จึงเกิดเป็น การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ตั้งแต่ มิถุนายน 2553 โครงการนำร่อง เพื่อสนับสนุนงานด้านการบริหารงานก่อสร้าง (Construction Management) และต่อมาในปี 2556 ได้เข้าร่วมโครงการระบบบริหารงานมาตรฐาน ISO9001 : 2008 เกิดการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการความรู้ และ

ปัจจุบันพัฒนาในรูปแบบเอกสารคู่มือการทำงานประจำตำแหน่งทุกตำแหน่งงาน และติดตั้งระบบ Server Center เทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการจัดการความรู้ของบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด และระบบ Server Center จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการสร้าง การแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ความรู้ได้แก่

- ระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Document and Content Management System)
- ระบบสืบค้นข้อมูลข่าวสาร (Search Engines)
- ระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Meeting System and VDO Conference)

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด เริ่มต้นการนำความรู้มาใช้กับพนักงานโดยยึดหลักการให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากดังนั้นเพื่อที่จะสามารถส่งมอบ ผลิตภัณฑ์, งานโครงการ และการบริการที่มีประสิทธิภาพ, ประสิทธิผล ให้ถึงมือลูกค้า การจัดการความรู้ภายในองค์กรที่ดีจะเป็นปัจจัยที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า รวมทั้งสามารถพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้ดีขึ้นและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้วย

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด จึงเน้นการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (พันธกิจ)

“ **พัฒนาคน** ” สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้วยการทำงานที่เน้นสุข ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรให้ทุ่มเทและผูกพันต่อองค์กร เพื่อความเป็นเลิศอย่างมืออาชีพ

“ **พัฒนามาตรฐานงาน** ” เน้นทางเลือกที่ดีต่อลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการมาตรฐานสากล

“ **ส่งมอบงานก่อนกำหนด** ” ส่งมอบผลงานที่เป็นธรรมให้แก่ลูกค้าก่อนกำหนด

“ **เพิ่มพูนคุณภาพชีวิต** ” ผสานความรับผิดชอบต่อพันธมิตร พนักงานและความใส่ใจต่อสังคมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนผสานความรับผิดชอบต่อพันธมิตร พนักงานและความใส่ใจต่อสังคมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ มีการรวบรวมการจัดเก็บและการนำไปใช้ มีการบริหารข้อมูลให้มีความทันสมัย ที่สำคัญ คือ การสร้างทีมงานที่มีบุคลากรทำหน้าที่แบ่งปันความรู้ เจริญใจสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรเรียนรู้ ก็คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบุคลากรในองค์กรให้เกิดการยอมรับ และสร้างเป็นวัฒนธรรมองค์กร การสร้างแรงจูงใจ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมถึงการให้รางวัลจึงเป็นเครื่องมือที่ลดปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้น กล่าวคือ ต้องการให้บุคลากรเห็นประโยชน์และได้รับประโยชน์จากการทำงาน

A.1) กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)

แผนกระบวนการจัดการความรู้(KM Process) ของ บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด สรุปได้ดังนี้

1.การจัดการความรู้ (Knowledge Acquisition)	การจัดการความรู้ด้วยวิธีการจากแหล่งต่างๆเข้าสู่องค์กร 1.1 ความรู้จากภายในองค์กร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ● พนักงาน เช่น ประสบการณ์ตรง ทักษะและความชำนาญต่างๆที่ได้สะสมมา ● เอกสาร คู่มือการทำงาน คู่มือการปฏิบัติงานต่างๆ 1.2 ความรู้จากภายนอกองค์กร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ● ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา ที่มีความรู้ความชำนาญ ● เอกสาร ข้อมูลของลูกค้า/Vendor/Supplier ข้อมูลความต้องการของลูกค้า ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของสินค้า
2.การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)	โดยการนำองค์ความรู้ที่ไม่ชัดแจ้ง (Tacit Knowledge) เช่น ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะความชำนาญที่ซ่อนเร้น ทั้งของพนักงานและของผู้เชี่ยวชาญภายนอก เอกสาร คู่มือ ข้อมูลต่างๆนำมาเปลี่ยนแปลงเป็นองค์ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) บันทึกเข้าสู่ระบบการจัดเก็บและส่งมอบไปสู่ผู้อื่น และเผยแพร่ให้รับทราบทั่วทั้งองค์กร
3.การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)	บริษัทฯจัดเก็บความรู้โดยการแยกแบ่งออกเป็นตามกลุ่มสายงาน เช่น กลุ่มสายงานการตลาด กลุ่มสายงานบริหารโครงการ ฯ
4.การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement)	มีการประมวลและกลั่นกรองความรู้ทั้งหมดนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับสอดคล้องกับการใช้งานในปัจจุบันเป็นคู่มือการปฏิบัติงานของแต่ละแผนก

5.การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)	● มีการจัดเก็บข้อมูลออกเป็นแฟ้มข้อมูล แจกจ่ายให้แต่ละแผนก มีการจัดเก็บเป็นแฟ้มข้อมูลเก็บไว้ที่ส่วนกลาง ● จัดเก็บข้อมูลเป็นฐานข้อมูลในSERVER กลางของบริษัทฯ ● อื่นๆ เช่น ทำเป็นผังภูมิข้อมูล, Model, VDO
6.การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)	บริษัทฯมีหน่วยงานกลาง ที่คอยรวบรวม ประมวล ความรู้ ถ่ายทอดเผยแพร่ ไปสู่พนักงานทั่วทุก องค์การ ● การImplementation ● Work Shop ● อบรมระหว่างแผนก ● ระบบพี่เลี้ยง
7.การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Utility)	จะถูกนำไปเป็นแนวทาง กฎระเบียบในการ ปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ขององค์การที่วางไว้
8.การวัดและประเมินผลของการจัดการความรู้ (Measurements and Assessments of Knowledge Acquisition)	จะถูกตรวจสอบผ่านทีมงานระบบบริหารคุณภาพ ISO และแผนกทรัพยากรมนุษย์(HR) ● มีการวัดผลทุกครั้งหลังจบการอบรม ● มีการวัดผลความรู้ การปฏิบัติงานผ่าน เอกสารการทำงานและแผนงานที่กำหนดไว้ ทุกสิ้นเดือน นำข้อมูลมาตรวจสอบถึงประสิทธิภาพการทำงานว่า ผ่านมาตรฐานการประเมินของบริษัทหรือไม่ และ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขการบริหารงานการจัดการ ความรู้ที่ดีต่อไปในอนาคต

1) การจัดหาความรู้ (Knowledge Acquisition) การจัดการหาความรู้ด้วยวิธีการจากแหล่งต่างๆเข้าสู่องค์กร ดังนี้

1.1 การจัดการหาความรู้จากภายในองค์กร ลักษณะของข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.1.1 ความรู้ความสามารถของพนักงาน (Employee) หรือที่รู้จักกันคือความรู้ของผู้ปฏิบัติงานทุกภาคส่วน ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ตรง การบริหารจัดการ การแก้ไขปัญหาการทำงาน ทักษะคิด รวมถึงทักษะความชำนาญต่างๆที่ได้สะสมมาของพนักงานในทุกตำแหน่ง ทุกแผนก ทุกฝ่าย ซึ่งถือว่าเป็นองค์ความรู้จากประสบการณ์จริงที่จะนำมาถ่ายทอดให้ผู้ร่วมงานอื่นๆได้รับทราบ

1.1.2 ความรู้ในรูปแบบของเอกสาร คู่มือการทำงาน คู่มือการปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้จากการปฏิบัติงานในทุกส่วนขององค์กร เช่น เอกสารนโยบายของบริษัทฯ (เป้าหมาย, พันธกิจ, วิสัยทัศน์, กลยุทธ์, ประเด็นยุทธศาสตร์) คู่มือการขาย คู่มือการสร้างโรงงาน ข้อมูลราคากลาง (การประเมินราคา) ข้อมูลลูกค้า/ Vendor/Supplier กฎหมายข้อบังคับการทำงานต่างๆ เป็นต้น

1.2 การจัดการหาความรู้จากภายนอกองค์กร ลักษณะของข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.2.1 ความรู้ความสามารถจากบุคคลภายนอก เช่น ผู้เชี่ยวชาญที่มีความชำนาญจากภายนอก ได้แก่ สถาปนิกนักออกแบบโครงสร้าง ที่มีใบอนุญาต ที่ปรึกษาภายนอก ได้แก่ ที่ปรึกษาด้านระบบบริหารคุณภาพ ISO ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย

1.2.2 ความรู้ในรูปแบบเอกสารข้อมูลภายนอก เช่น ข้อมูลของลูกค้า/ Vendor/Supplier/บริษัทคู่แข่ง ในรูปแบบของข้อมูลความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ของสินค้า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลราคาที่มีผลต่อต้นทุน ข้อมูลการบริหารงานของกลุ่มต่างๆ เช่น การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม การสร้างความสัมพันธ์การตอบสนองกับลูกค้า

2) การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)

บริษัทฯ สร้างและแสวงหาความรู้จากการนำองค์ความรู้ที่ไม่ชัดแจ้ง (Tacit Knowledge) ที่ เป็นความรู้ในองค์กรเอง ทั้งความรู้ ประสบการณ์ ทักษะความชำนาญต่างๆที่ซ่อนเร้นติดตัวมา กับพนักงานในแผนกต่าง ความรู้ความสามารถจากผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษาภายนอก รวมถึงความรู้ในรูปแบบของเอกสารนโยบายต่างๆขององค์กร ข้อมูลเอกสารจากภายนอกที่มีผลต่อการทำงาน โดยตรงกับบริษัท มาเปลี่ยนแปลงให้เป็นองค์ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)

โดย การแลกเปลี่ยนความรู้จากหลายๆส่วนงาน ทางการประชุม การสอบถาม การถ่ายทอดองค์ความรู้ การสื่อด้วยเอกสาร การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ทักษะความชำนาญ นำมาจัดเก็บนำมาปรับปรุง บันทึกข้อมูลสู่ระบบในรูปแบบของเอกสารที่สามารถเก็บและส่งมอบไปสู่ผู้อื่น เป็นการสร้างองค์ความรู้ที่รวบรวมมาทั่วทั้งองค์กรและเผยแพร่ความรู้ อันจะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ การสร้าง

ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม อันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความรู้ซึ่งกันและกัน สามารถนำมาเป็นคู่มือการปฏิบัติงาน(Procedure) การฝึกอบรมในการทำงาน(On the job training) การเขียนกระบวนการทำงาน

3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)

บริษัทจัดเก็บความรู้โดยการแยกแบ่งออกเป็นตามกลุ่มสายงาน เช่น กลุ่มสายงานการตลาด กลุ่มสายงานการบริหาร โครงการ กลุ่มสายงานการบริหาร และกลุ่มสายงานการเงินบัญชี

โดยในแต่ละสายงานจะบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีผู้เชี่ยวชาญ ผู้ชำนาญการพิเศษ มีทักษะความรู้ที่ติดตัวมา นำมาถ่ายทอดเป็นความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ จัดทำเป็นเอกสารที่สามารถเข้าถึงโดยง่าย บันทึกขั้นตอนการปฏิบัติงานในเรื่องต่างๆและนำมาใช้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานในกลุ่มสายงานนั้นๆ ประกอบไปด้วย นโยบายบริษัท(เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ขององค์กร) JS(Job Specification) JD(Job Description) ภาระงาน อำนาจหน้าที่ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน(Procedure Manual) ซึ่งประกอบไปด้วย ชื่อของขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้จัดทำความรู้(ผู้รวบรวม ผู้จัดทำ) ประวัติการทำเอกสาร วัตถุประสงค์ ขอบข่าย เอกสารอ้างอิงต่างๆที่สนับสนุนในการทำงานในแต่ละแผนกทั้งที่เป็นจากภายนอก กฎระเบียบ กฎข้อบังคับ ข้อกฎหมาย คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ฯ ขั้นตอนการทำงาน ผังภูมิลายละเอียดการทำงาน เอกสารต่างๆที่ใช้ในการทำงาน

4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement)

บริษัทนอกจากได้จัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบดังที่กล่าวในข้อ 3. แล้ว ยังต้องมีการประมวลและกลั่นกรองความรู้ทั้งหมดที่มีอยู่โดยการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยเหมาะกับการใช้งานในปัจจุบัน เช่น องค์ความรู้ในเรื่องของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเทพื้น(FLOOR GLOW) ผลิตภัณฑ์ของโรงงานกิ่งสำเร็จรูปในการก่อสร้าง ผ่านบริษัท FAC GLOW ที่สามารถสร้างโรงงานเสร็จได้ตามกำหนดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลาในการก่อสร้างผ่านกระบวนการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพที่สะสมมาเป็นระยะเวลายาวนาน

มีการมีการปรับปรุงเอกสารทั่วทั้งองค์กร ขอบเขตเนื้อหา ความรู้ต่างๆที่แต่ละหน่วยงานต้องการ หัวข้อต่างๆที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร นำมาเรียบเรียง ตัดต่อและปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพ เช่น กลยุทธ์ขององค์กร นโยบายบริษัท(เป้าหมาย พันธกิจ วิสัยทัศน์) คู่มือการนำเสนอ คู่มือการขาย คู่มืออุปกรณ์การก่อสร้าง โมเดล VDOนำเสนอบริษัทฯ (หลายภาษา) โบรชัวร์(หลายภาษา) โมเดลโรงงาน

นอกจากนี้ยังปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานในเรื่องต่างๆที่สอดคล้องการทำงานในแต่ละแผนก ผ่านผู้มีความรู้ ความชำนาญพิเศษ ประสิทธิภาพตรงและอ้อม เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานจริงในภาวะปัจจุบัน

5) การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)

การจัดเก็บความรู้ที่เกิดจากการสังสมประสบการณ์จากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่คิดว่า ผู้ที่มีทักษะพิเศษ มีความชำนาญการ และจากความรู้ที่เป็นในรูปของเอกสารคู่มือต่างๆ จะถูกเรียบเรียง รวบรวม ประมวลกลั่นกรององค์ความรู้ออกมาเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงาน(Procedure Manual) ที่เป็นแฟ้มข้อมูลโดยแยกออกเป็นเรื่องต่างๆเพื่อสนับสนุนการทำงานของแต่ละแผนก

- โดยแจกจ่ายให้แต่ละแผนกเก็บไว้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการปฏิบัติงาน 1 ชุด
- มีการจัดเก็บข้อมูลความรู้เป็นแฟ้มโดยเก็บไว้ที่ส่วนกลางอีก 1 ชุด (ของทุกแผนก)
- มีการจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลในSERVERกลางของบริษัทฯ เพื่อให้บุคลากรสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลของแผนกตนเอง และแผนกอื่นๆที่ต้องการเข้าไปเรียนรู้เอง สามารถเข้าไปสืบค้นหาข้อมูลเองได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว
- มีการจัดเก็บข้อมูลการทำงานแต่ละแผนกเป็นผังภูมิ คิดไว้ในบริษัทฯ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่างง่ายๆ รวดเร็ว
- ข้อมูลพื้นฐานของบริษัทฯ ที่พนักงานทุกคนควรรู้ ก็ถูกจัดเก็บอยู่ในSERVERกลางของบริษัทฯ สามารถสืบค้น หาความรู้ Updateสถานะที่ทันสมัยได้อย่างง่าย

6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

บริษัทมีหน่วยงานกลางที่ทำงานระบบบริหารคุณภาพWISO มีหน้าที่รวบรวม เรียบเรียง ประมวลความรู้ ควบคุมเอกสารถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ ไปสู่พนักงานทั่วทุกองค์การ โดยผ่านรูปแบบต่างๆ

- มีการนำเสนอระบบความรู้มาใช้งานจริง (Implementation)
- มีการทำ Work Shop
- มีการอบรมเป็นกลุ่มย่อย เจาะรายแผนก
- มีการอบรมร่วมกันระหว่างแผนก (แลกเปลี่ยนความรู้ในการอบรม การแก้ปัญหา)
- ระบบพี่เลี้ยง
- ปฐมนิเทศ
- การให้ความรู้ที่หน่วยงาน (Site)

7) การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Utility)

ความรู้ต่างๆที่ถูกรวบรวมไว้เป็นคู่มือปฏิบัติงาน จะถูกนำไปเป็นแนวทาง กฎระเบียบในการปฏิบัติงาน

- เพื่อช่วยให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลที่ดีขึ้นต่อหน่วยงาน และองค์การ
- เพื่อช่วยให้บรรลุต่อ "วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน" ที่ตั้งไว้
- เพื่อช่วยให้บรรลุ "เป้าหมายของบริษัทฯ" ที่วางไว้
- เพื่อช่วยให้บรรลุ "วิสัยทัศน์" ที่วางไว้ คือ การพัฒนาคน พัฒนามาตรฐานงาน พัฒนาการส่งมอบงานก่อนกำหนด และเพื่อเป็นการเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต
- เพื่อช่วยให้บรรลุ "พันธกิจ" ที่วางไว้ คือ บริษัทฯจะจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมให้บริการที่ดีและตรงเวลา มีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

8) การวัดและประเมินผลของการจัดการความรู้ (Measurements and Assessments of Knowledge Acquisition)

การวัดผลการเรียนรู้(Knowledge Learning) การวัดผลความรู้(Knowledge Measurements) การวัดผลการปฏิบัติงาน(Process Measurements) ถูกตรวจสอบผ่านทีมงานระบบบริหารคุณภาพWISO และแผนกทรัพยากรบุคคล(HR) ทั้งนี้จะได้ทราบว่าพนักงานแต่ละบุคคล สามารถนำทักษะการทำงานมา รวมกับองค์ความรู้ เพื่อนำไปปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ มีการนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้งานจริงได้ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความรู้ความสามารถ ในตัวบุคคลกับผลการปฏิบัติงาน สุดท้ายคือตัวบ่งชี้วัดผลของตัวระบบความรู้ที่นำไปบริหารงานใน หน่วยงานต่างๆว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน รวมถึงสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อการบริหารงานการจัดการความรู้ที่ดีต่อไปในอนาคต

- การวัดผลการเรียนรู้ ถูกตรวจสอบทุกครั้งหลังจากจบการอบรมของพนักงาน
- การวัดผลความรู้ ถูกตรวจสอบจากการทำข้อสอบขั้นตอนการปฏิบัติงานทุกสิ้นเดือนของพนักงาน
- การวัดผลการปฏิบัติงาน ถูกตรวจสอบทุกสิ้นเดือนผ่านเอกสารการทำงาน และแผนงานที่กำหนดไว้

A.2) ขั้นตอนการนำการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

1. การกำหนดและสร้างทีมงานจัดการความรู้ (Knowledge Management Team)

บริษัทแต่งตั้งทีมงาน โดยมี หัวหน้าทีมรับผิดชอบโครงการจัดการความรู้และมีตัวแทนจากฝ่ายที่มีความรู้ , ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ในสายงานนี้รับผิดชอบอยู่ มาทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล , จัดเก็บ , พัฒนา และมีหน้าที่ประสานการเรียนรู้ ในแต่ละส่วนหรือแต่ละหน่วยงาน โดยเก็บข้อมูลความสามารถของพนักงานแต่ละคนออกมา รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับคุณสมบัติประจำตำแหน่งงาน

จากนั้นหัวหน้าโครงการจัดการความรู้ และตัวแทนฝ่ายหรือกับเป็นกลุ่มย่อย เพื่อให้การทำงานของพนักงานสอดคล้องกับเป้าหมายหลักขององค์กร หรือบริษัทฯ เรียกว่า “การระดมสมอง”

ในการจัดทำโครงการจัดการความรู้ของบริษัทฯ นั้นทุกภาคส่วนที่เข้าร่วมโครงการในฐานะตัวแทนในแต่ละฝ่ายนั้นผู้กำหนดแผนงาน , รายละเอียดงาน เพื่อให้เป็นไปตามสภาพปฏิบัติงานจริง

อีกทั้งบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. ได้จัดจ้างทีมงานจากภายนอกที่มีความรู้ , ความสามารถ , เชี่ยวชาญ เป็นที่ปรึกษาและตรวจสอบโครงการ

2. กำหนดกลยุทธ์การจัดการความรู้ (Knowledge Management strategy)

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ คือการร่วมมือกันกับคู่ค้า (พาร์ทเนอร์) ทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ ดังนั้น การสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ , ญี่ปุ่น จึงมีความสำคัญ ซึ่งต่อความสำเร็จในด้านภาษาอังกฤษ บริษัท ได้ร่วมมือกับสถาบันสอนภาษาจัดระบบทดสอบจัดระดับ จากนั้นจัดทำโปรแกรมการสอนให้กับพนักงาน ในด้านภาษาญี่ปุ่น บริษัทได้ร่วมมือทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทนายหน้าชาวญี่ปุ่นและชาวไทย

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. ได้มีการจัดทำรายละเอียดประจำตำแหน่งงานโดยเรียกว่า ระบบงาน (ISO 9001 : 2008) หน้าที่ควบคุม ให้คำแนะนำ โดยมีกำหนด คุณสมบัติประจำตำแหน่งงาน (Job Specification) และกำหนดรายละเอียดประจำตำแหน่งงาน (Job Descriptions) โดยมีตารางว่างานไหนต้องทำทุกวัน , 7 วัน , 15 วัน , 30 วัน , 45 วัน จากนั้นในแต่ละฝ่าย , แผนก จะมีการหาหรือปรึกษางานในฝ่ายและงานระหว่างฝ่าย เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ ทุกคนมีส่วนร่วม โดยมีการประชุมทุกฝ่าย ทุก 3 เดือน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลนำไปพัฒนาต่อไป

บริษัทได้กำหนดการหารือและมีมติชอบด้วยจากตัวแทนทุกฝ่ายและให้จัดทำเป็นคู่มือการทำงาน ประจำตำแหน่งงานพร้อมทั้งมีการจัดทำแบบทดสอบทุกตำแหน่งงาน ตำแหน่งงานละ 3 ชุด เพื่อให้ทุกคน สามารถทดสอบตัวเองได้ตลอดเวลาและทำข้อมูลจัดเก็บส่วนกลางและนำระบบ IT เทคโนโลยีสารสนเทศ จัดเก็บข้อมูลเพื่อบันทึกการเข้าใช้งานของพนักงาน

3. สำรวจระบบการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร (Knowledge Management Survey)

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัดได้แยกกระบวนการสำรวจความรู้ เป็น 2 ขั้นตอนสำรวจก่อนเริ่มจัดทำ โครงการ

3.1 สำรวจจากข้อมูลเก่าที่มีใช้อยู่ในรูปแบบเอกสาร Explicit Knowledge โดยให้ตัวแทนแต่ละฝ่าย รวบรวมและหารือในกลุ่มย่อยจากสรุปในส่วนนี้จะนำไปใช้ปฏิบัติงานจริง หรือที่ใช้ ปฏิบัติงานจริง จัดทำเป็นรูปเอกสารนำเสนอต่อโครงการ

3.2 สำรวจจากตัวบุคคล Tacit Knowledge โดยตัวแทนแต่ละฝ่ายสัมภาษณ์สนทนากับ วิชาการกับ พนักงานในฝ่าย จากนั้นจัดเรียบเรียงออกมาเป็นระบบเอกสาร เพื่อให้แต่ละคนเห็นถึงคุณค่าที่ มี , ทักษะที่มี สามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3.3 บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด ได้จัดทำคู่มือการทำงาน ซึ่งมีรายละเอียดตามรายละเอียดงาน ประจำตำแหน่ง (Job Description) โดยในแต่ละเดือน พนักงานสามารถประเมินการทำงานของ ตัวเองผลชี้ชัดเป็นคะแนน เป็นระดับ Director 85 คะแนน ระดับ Manager 80 คะแนน , ระดับ Supervisor 75 คะแนน , ระดับ Staff 70 คะแนน

โดยในแต่ละรอบเดือนจะมีนำผลคะแนน ของพนักงานทุกระดับในองค์กร รวมกันเพื่อจัดทำ การหา ค่าความสามารถในการทำงาน Successor (คนเก่งงาน 5% , คนทำงานดี 15% , คนทำงานได้ 65% , คนทำงานพอใช้ 15% , คนทำงานแย่ 5%)

4. คัดเลือกโครงการนำร่อง (Quick Win-KM Projects)

บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด ได้จัดทำโครงการนำร่องป้ายการตลาด ชื่อโครงการ กลุ่มศักยภาพ (Client Segment) โดยกำหนดให้ในฝ่ายการตลาดมีแผนควบคุมเอกสาร (Document Control)แยกกลุ่ม ลูกค้า ดังนี้

- 4.1 กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม
- 4.2 กลุ่มโกดังสินค้า
- 4.3 กลุ่มอาคารสูงไม่เกิน 8 ชั้น

นอกจากแบ่งกลุ่มลูกค้ายังแบ่งประเภทความต้องการของลูกค้าเป็น 2 ประเภทหลัก

1. ลูกค้าประเภทต้องการปรับปรุง , ขยายสถานที่เดิม (Renovation, Extension Project)

2. ลูกค้าประเภทสร้างใหม่ (New Project)ลูกค้าประเภทนี้ ถูกแบ่งย่อยเป็น 2 ส่วน

2.1 ส่วนที่มีที่ดิน

2.2 ส่วนที่ไม่มีที่ดิน

บริษัทได้กำหนดวิธีการทำงานโดยฝ่ายการตลาดจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า ตามที่บริษัทกำหนดในแต่ละประเภทจากนั้นนำข้อมูลบันทึกในแบบฟอร์มที่กำหนด เพื่อหารือกับผู้เกี่ยวข้องในลำดับต่อไป

ข้อมูลทั้งหมดจะต้องรวบรวมได้ เพื่อการตรวจสอบและติดตามจากฝ่ายตรวจสอบ

5. จัดทำโครงสร้างการจัดการความรู้ในองค์กร (Knowledge Management Structure)

5.1 เมื่อความรู้ทุกประเภทขององค์กรได้รวบรวมเป็นฝ่าย , แผนก โดยรวบรวมความรู้จากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ฝ่ายบริหาร (Executive Division) โดยแผนก ISO บรรจุข้อมูลในระบบ Server โดยแยกแต่ละฝ่าย จะมีความรู้ประเภท Tacit Knowledge and Explicate Knowledge โดยจัดทำในรูปแบบ Web-based , และรูปแบบคู่มือ Manual

6. กำหนดเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Technology and Infrastructure)

6.1 บริษัททำการติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูป เช่น Express , สามารถบันทึก , คำนวณเวลาทำงานการลงบัญชีรายรับ – รายจ่าย , Sketch up Program , AutoCAD V.2011 Program โปรแกรมสำหรับนักออกแบบ , Microsoft Project โปรแกรมสำหรับบริหารควบคุมงานก่อสร้าง

6.2 ชุดทำระบบ VDO Conference เพื่อให้การประสานงานระหว่างหน่วยงาน สามารถสื่อสารด้วยการเห็นภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน

7. กำหนดแผนปฏิบัติการจัดการความรู้ (Knowledge Management Action Plan)

7.1 บริษัทไม่กำหนดแผนปฏิบัติการจัดการความรู้ โดยมีทีมงานที่ได้รับแต่งตั้งดูแลโดยฝ่ายบริหาร แผนก ISO ทำหน้าที่ประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

7.1.1 แผน 1 ปี แผนระยะสั้น ม.ค.-ธ.ค. 2557

เป้าหมาย	นโยบาย	มาตรการจัดการความรู้
บุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจเกี่ยวกับการความรู้อย่างทั่วถึง	บุคลากรทุกระดับมุ่งเน้นความสำคัญการจัดการความรู้ในหน่วยงาน	1. มีการเผยแพร่ความรู้เรื่องการจัดการความรู้ 2. มีการพัฒนาคณะกรรมการจัดการความรู้ของหน่วยงาน/ทีมงาน

7.1.2 แผน 3 ปี แผนระยะกลาง ม.ค. 2558 - ธ.ค.2559

เป้าหมาย	นโยบาย	มาตรการจัดการความรู้
มีผลงานองค์ความรู้ใหม่	มีการจัดการความรู้ให้เกิดอย่างรูปธรรม และสร้างองค์ความรู้ใหม่ในหน่วยงาน	1. ทบทวนความรู้ที่มีอยู่และแสวงหาความรู้ใหม่ 2. มีการนำองค์ความรู้ใหม่ มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาหน่วยงาน

7.1.3 แผน 5 ปี แผนระยะยาว ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562

เป้าหมาย	นโยบาย	มาตรการจัดการความรู้
หน่วยงานทุกหน่วยงาน เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	1. มีการทบทวน, ปรับปรุง แผนกการจัดการความรู้ มีการนำผลการประเมินไปปรับใช้ในการพัฒนาการจัดการความรู้ในหน่วยงาน 2. สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร	1. มีวิธีการเชื่อมโยง การจัดการความรู้กับผลการดำเนินงานที่สำคัญของหน่วยงาน

8. การติดตามและควบคุม (Monitoring and Controlling)

8.1 บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด โดยฝ่ายบริหาร แผนก ISO ได้กำหนดการประเมิน

8.1.1 บุคลากรทุกระดับประเมินผลงานตัวเอง ตาม Job Descriptions เป็นรายเดือนทุกเสาร์สิ้นเดือน และหัวหน้าหน่วยงานเป็นผู้ตรวจสอบคนสุดท้ายก่อนนำส่งแผนก ISO เก็บข้อมูล

8.2 บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด โดยฝ่ายบริหาร แผนก ISO รวบรวมผลการประเมินทุกไตรมาส Q1 , Q2 , Q3 , Q4 เพื่อทำการสรุปในภาพรวมของแต่ละบุคคล , แผนก , ฝ่าย และนำผลการประเมินประชุมย่อยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์และนำผลไปพัฒนาหน่วยงาน

B) ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด

1. บริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด ได้กำหนดพันธกิจ (Mission)

- | | |
|-------------------------|--|
| “ พัฒนาคคน ” | สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้วยการทำงานที่เน้นสุข ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรให้ทุ่มเทและผูกพันต่อองค์กร เพื่อความเป็นเลิศอย่างมืออาชีพ |
| “ พัฒนามาตรฐานงาน ” | เน้นทางเลือกที่ดีต่อลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการมาตรฐานสากล |
| “ ส่งมอบงานก่อนกำหนด ” | ส่งมอบผลงานที่เป็นธรรมให้แก่ลูกค้าก่อนกำหนด |
| “ เพิ่มพูนคุณภาพชีวิต ” | ผสานความรับผิดชอบต่อพันธมิตร พนักงานและความใส่ใจต่อสังคม ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนผสานความรับผิดชอบต่อพันธมิตร พนักงานและความใส่ใจต่อสังคม ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน |

2. การให้บริการเป็นเลิศต่อลูกค้า ทุกรายในมาตรฐานเดียวกัน

3. วัฒนธรรมองค์กร คือ การทำงานเป็นทีมและผสมผสานคนรุ่นเก๋รุ่นใหม่ ในทีมจะมีอายุตั้งแต่ 24-55 ปี

4. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการอัจฉริยะสร้างได้ ได้คนที่ต้องการได้รับการพัฒนา เข้าโครงการที่กำหนดไว้ระยะ เวลา 2 - 4 วัน

C) เครื่องมือ การจัดการความรู้ที่นำมาใช้ ของบริษัท สยาม พี.ซี.เอส. จำกัด

1. ผู้รู้ในบริษัท โดยนำคนที่มีความรู้มีประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนความรู้ และบรรจุความรู้ในรูปแบบคู่มือ
2. ผู้รู้นอกบริษัท จากบริษัทฝึกอบรม โดยเลือกจากบริษัท ผู้รู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงมาฝึกอบรม เป็น เทคนิคการบริหารงานก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม
3. ผู้รู้จากประเทศญี่ปุ่น หรือ นักธุรกิจที่จบการศึกษาจากประเทศญี่ปุ่น ที่มีความรู้ด้านวัฒนธรรมญี่ปุ่น เพื่อฝึกอบรมแนะนำ ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ
4. การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้สื่อสารให้พนักงานได้รับรู้ถึงประโยชน์และวิธีการดำเนินกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ผ่านทางสื่อต่างๆ และเก็บข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ เช่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท, ส่งข้อมูลไปยัง email ของพนักงาน, จัดทำป้ายไฟวิ่ง, และส่งข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัท เพื่อสื่อสารความรู้ทั้งทาง email, sms, line เป็นต้น