

สรุป “กิจกรรมเหย้าเยือน ครั้งที่ 4”
เครือข่ายองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization Network)

วันพฤหัสบดีที่ 23 พฤษภาคม 2562 เวลา 07.45 – 16.00 น.

ณ สำนักงานใหญ่เบทาโกรทาวเวอร์ (นอร์ธปาร์ค) กรุงเทพฯ

กิจกรรมเหย้าเยือน ครั้งที่ 4 โดยการสนับสนุนจาก เครือเบทาโกร เป็นเจ้าภาพจัดงาน กระบวนการในช่วงเช้าเป็นการแบ่งปันประสบการณ์การสร้างกระบวนการเรียนรู้ในองค์กร เครือเบทาโกร และในช่วงบ่ายเป็น Mini workshop เกี่ยวกับเครื่องมือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ Game-Based Learning ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดกว่า 70 คน จาก 15 องค์กร ได้แก่

1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
4. บริษัทสมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
5. บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด
6. เครือเบทาโกร
7. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
8. โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
9. มูลนิธิสตรี-สุภะดีวงศ์
10. มูลนิธิสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม
11. องค์กรเภสัชกรรม
12. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
13. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
14. สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
15. บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

ข้อเรียนรู้สำคัญจากกิจกรรมเหย้าเยือนครั้งที่ 4

ข้อเรียนรู้สำคัญที่ ศ.นพ.วิจารณ์ พานิช ประธานกรรมการมูลนิธิสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคมกล่าวไว้ สรุปได้ว่าองค์กรขนาดใหญ่และผ่านประสบการณ์ฟันฝ่าความยากลำบาก และประสบการณ์ความสำเร็จ ขึ้นๆ ลงๆ ย่อมต้องมีเรื่องราวดีๆ วิธีการดีๆ ในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กร สำหรับเครือเบทาโกร อารูธสำคัญคือ ERP (Enterprise Resources Planning) ซึ่งเป็นระบบข้อมูลเพื่อการจัดการอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงกัน กับ KAIZEN และ TPm (Total Productivity Management) ใช้โมเดลญี่ปุ่นและเริ่มใช้ KM เข้าเสริมเมื่อเกือบ 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในกิจกรรม TPm และ Kaizen มีกิจกรรม KM แฝงอยู่โดยไม่ได้ใช้ชื่อ KM และนวัตกรรมในการดำเนินการ KM ของเบทาโกร คือ การใช้เกมช่วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Gamification of Learning) และเครือเบทาโกร ตีความ CSR ลึกกว่า CSR ขององค์กรอื่นๆ คือตีความว่าเป็นการทำธุรกิจโดยรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล

ช่วงเช้า

คุณวนัส แต่ไพสิฐพงษ์ ประธานคณะกรรมการบริหาร เครือเบทาโกร กล่าวถึง

งาน 3 อย่าง คือ 1.ช่วยชุมชน 2.ช่วย SME ซึ่งเป็นเหมือนการช่วยลูกค้าตัวเอง เพื่อให้บริษัทใหญ่นำเป็นโมเดลในการช่วย SME 3.ช่วยมหาวิทยาลัย และโครงการแรกที่ทำเมื่อมีที่ปรึกษา คือ การสอนวิธีหันไก่ในโรงงาน ลดวิธีการเคลื่อนมือไปได้ 40% ทุกวันนี้สับไก่ 700,000 – 800,000 ตัวต่อวัน เท่ากับ 4,000,000 - 5,000,000 ชิ้นที่ต้องหัน ประเด็นอยู่ที่ KPI ของที่ปรึกษาว่าเป็นอย่างไร ซึ่งทำให้พบว่าได้ซูเปอร์สตาร์ขึ้นมา โดยเขาสามารถนำสิ่งที่คิดมาถ่ายทอด มี tools ใหม่ ๆ มาช่วย งานที่ทำมี impact จึงจัดงาน แคมเปญขึ้นมา ถือโอกาสขอบคุณซูเปอร์สตาร์ในที่นี่ด้วย และจากที่ทำงานกับมหาวิทยาลัยมามาก และมีมุมมองจากการเป็นนักธุรกิจ จึงเชื่อว่าประเทศนี้ต้องเปลี่ยนโดยมหาวิทยาลัยที่เป็นเฟืองตัวแรกที่จะหมุนส่วนต่างๆ ต่อไป

Betagro Who we are ? แนะนำเบทาโกร

คุณปิยดา ธราริปี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สื่อสารองค์กร เครือเบทาโกร กล่าวถึงเบทาโกร เป็นผู้ผลิตห่วงโซ่อาหารในกลุ่มโปรตีน หมู ไก่ ไข่ เน้นคุณภาพและความปลอดภัยเป็นหลัก เพื่อส่งต่อผู้บริโภค ด้วยราคาที่เป็นธรรม เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรม feed อาหารสัตว์ ยาสัตว์ พ่อพันธุ์แม่พันธุ์สัตว์ อุตสาหกรรมฟาร์ม โรงงานการผลิตอาหาร distribution เพื่อส่งต่อสินค้าสู่ผู้บริโภค โดยเริ่มต้นมากกว่า 50 ปี ตั้งแต่ปี 1967 และตลอดการดำเนินงานมีความใส่ใจในผู้ค้าและผู้บริโภค จึงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้คู่ค้า ชุมชน และประเทศชาติเติบโตไปพร้อมกัน รวมถึง brand building ซึ่งต้องการขยายสินค้าคุณภาพสู่วงกว้างมากขึ้น ด้วยการทำให้คนทั่วไปรู้จัก เข้าถึง และเข้าใจสินค้ามากขึ้น และตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการจนถึงปัจจุบันมียอดขายประมาณ 90,000 ล้านบาท มีพนักงาน 34,000 คน มีบริษัทในเครือ 36 บริษัท

ตั้งแต่ปี 1967 เริ่มก่อตั้งโรงงานที่ จ.สมุทรปราการ ปี 1980 ก่อตั้ง Better Food ปี 1993 Joint Venture กับญี่ปุ่น โดยในช่วงปี 1967 – 2007 มุ่งเน้นการพัฒนา Productivity เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย จากนั้นปี 2012 เริ่มขยายการตลาดมากขึ้นเพื่อส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค เน้นการตลาด เริ่มตั้งแต่การผลิต และเริ่มสู่การสร้าง demand เพื่อขยายผลออกไป โดย **Purpose and belief ของเบทาโกร** มีวัตถุประสงค์การก่อตั้งเพื่อต้องการช่วยเหลือประชาชนและชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยอาหารปลอดภัย มีคุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม เพราะเชื่อว่าทุกคนมีสิทธิในการเข้าถึงอาหารที่ดี ปลอดภัย มีราคาที่เป็นธรรม เพราะเป็นปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต และเป็นรากฐานในการพัฒนาอย่างยั่งยืน **โดยการพัฒนาอย่างยั่งยืน** มีกรอบการทำงานเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ CSR ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ต่างจาก CSR ทั่วไป มีหัวใจสำคัญคือ ธุรกิจต้องไม่ทำให้ใครเดือดร้อน เป็นการดำเนินการทางธุรกิจด้วยความโปร่งใส CSC การช่วยเหลือสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทน เพื่อให้สังคมเติบโตไปด้วยกัน CRM เข้มข้นมากกว่าการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ลงไปช่วยวิเคราะห์ว่าทำอะไรจึงช่วยให้เขาเติบโตไปพร้อมกัน share value เติบโตไปพร้อมกับลูกค้า มีหน่วยงานพิเศษดูแล และSDG Framework โดยเลือกโฟกัสประเด็นที่เกี่ยวกับอาหาร โดยมีกรณีศึกษา คือ 1) S Pure เป็นสินค้าที่ยกระดับคุณภาพอาหารให้กับประชาชน ที่รับรอง NSF 2) หมูทอดเจี๊จิง เกิดจากความต้องการส่งอาหารคุณภาพให้ผู้บริโภค ซึ่งเดิมเจี๊จิงต้องตื่นแต่เช้ามืดเพื่อมาหั่นและหมักหมู โดยต้องใช้เวลานานและไม่ได้ขึ้นเนื้อหมูที่ได้มาตรฐาน เมื่อทำความเข้าใจกับเจี๊จิง จึงเข้าไปช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพในการการผลิต 3) เพิ่มคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น โดยมี HAB Model หรือ Holistic Area Based ซึ่งเชื่อว่าแต่ละชุมชนมีปัญหาไม่เหมือนกัน โดยต้องเข้าใจพื้นที่ที่มีปัญหา และต้องเข้าไปพัฒนาทั้ง 5 ด้าน คือ สังคม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การศึกษา เศรษฐกิจ และหลังจากเริ่มทำโมเดลชัดเจน จึงต้องการส่งต่อให้ขยายผล โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาครัฐ เพื่อ

ขยาย HAB Model ซึ่งมีการทำ MOU กับ 11 มหาวิทยาลัย เพื่อขยาย HAB Model ไปยัง 17 พื้นที่ โดยเริ่มต้นที่ จ.ลพบุรี

Betagro Sustainable Development

คุณวนัส แต่ไพสิฐพงษ์ ประธานคณะกรรมการบริหาร เครือเบทาโกร กล่าวถึง คำว่า “การช่วยที่หน้าบ้านตัวเอง” เพราะองค์กรส่วนใหญ่ชอบทำบางเรื่องในหลายพื้นที่ เป็นดาวกระจาย ดังนั้นอยากนำเสนอ Holistic Area Based เป็นการช่วยหน้าบ้านเราเอง เช่น มีโรงงานที่ จ.ลพบุรี ก็เริ่มทำตรงนั้นก่อน ตัวอย่าง มหาวิทยาลัยเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มี campus ที่ชุมพร ตปท. มี campus ที่ราชบุรี โดยทำให้ได้ทั้ง 5 ด้าน คือ สังคม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การศึกษา และเศรษฐกิจ ซึ่งมีพื้นที่ทดลองที่ตั้งเป้าหมายให้ได้ 80% เช่น ที่ ต.สาริกา มีการปลูกข้าวโพด มันสะปะหลัง กว่า 900 ครอบครั้ว จะทำอย่างไรให้เขาปลูกพืชได้ตามหลักวิชาการ และทำอย่างไรให้เด็กที่นี่ได้เรียนโรงเรียนคุณภาพ ซึ่งมีคนสนใจให้ไปทำงานร่วมกัน รวมถึงทีม กปร. ที่ทำประตูน้ำ ที่ อ.ปากพนัง ซึ่งเมื่อสอบถามพบว่ามีการชลประทานเป็นผู้ดูแล แต่เมื่อถามถึงตำบลหน้าบ้านของตัวเองไม่รู้ เลยชวนมาทำหน้าบ้านตัวเอง นอกจากนั้นมีหลายบริษัทมาดูงานแล้วจะนำโมเดลนี้ไปใช้ ต่อไปอาจเป็นการบินไทยที่นำโมเดลนี้ไปใช้ โดยกับสนามบินซึ่งมีผลกระทบต่อชุมชน หรือต่อไปอาจนำไปใช้กับคนปลูกอ้อย ตัวอย่างของเราไม่ได้ดูเฉพาะไก่ หรือไม่ได้มองเป็นคนเลี้ยงไก่ แต่มองทั้ง 5 ด้านของเขา โดยหวังว่าเมื่อคุณภาพชีวิตดีขึ้น จะงานได้ดีขึ้นเอง และได้ยกตัวอย่างประเด็นการวางระบบคอมพิวเตอร์และเรื่องการสร้างเครือข่ายของการเรียนรู้ ต้นทุนการเรียนรู้ที่ต่อยอดยกระดับในภาคอุตสาหกรรม ทุก supply chain

Knowledge Management in Multi - Generation workforce

คุณอรรถกร ใจโทน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สำนักวิศวกรรมเพิ่มผลผลิต เครือเบทาโกร กล่าวถึง **Betagro Productivity Improvement Activity** ปี 2013 มีการเปลี่ยนทั้งกระดาน คือ มีการ live สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากกว่าที่คิด ดังนั้นต้องปรับตัว และ Dynamic change มีการเปลี่ยนแปลงในระดับ Micro Environment เราเตรียมรับมืออย่างไร อ่านสิ่งเหล่านี้ออกมา วางแผนอย่างไร ส่งต่อความรู้เพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ย้อนไปเมื่อ 2 ปีไม่เคยคิดว่าจะเป็นเรื่องใหญ่ จนกระทั่งมารู้จักทีมของ สคส. แล้วพบว่า KM เป็นมากกว่า source file ที่เคยคิดว่าทำไว้ดีมาก ด้วยการนำองค์ความรู้ไปสร้างเป็นหนังสือ แต่ที่จริงยากกว่านั้น คือ การนำองค์ความรู้ไปให้ทุกคนเข้ามาในระบบได้อย่างไร และมีความสุขที่จะเรียนรู้ ปี 1997 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ตนได้รับการโปรโมท และมีการอบรมเยอะมาก เป็นจุดเริ่มในการพัฒนาในการทำ KM ในวันนี้ ปี 1998 ทำ PIP : Productivity Improvement Program เป็นโครงการที่ให้เสนอการปรับปรุงงาน เช่น ทำงานเร็วขึ้น 1 ชม. ต่อวัน ถ้ามีคน 10 คน ที่ทำงานเร็วขึ้น คิดเป็นเงินเท่าไร ปี 2000 ทำ Kaizen Activity (Continuous Improvement) กับที่ปรึกษาญี่ปุ่น เป็นจุดเริ่มที่ไม่ทำโครงการหลากหลาย แต่โฟกัสสิ่งที่สำคัญ ปี 2006 ทำ TPM : Total Productivity Management ทำให้เกิดการปรับปรุงงานอย่างเป็นระบบ จากสิ่งที่ทำวนเวียนเป็น 10 ปี พบว่ามีเรื่องราวดีๆ กลับเข้ามา แล้วสิ่งที่ทำไปแล้วและความรู้อยู่ที่ไหน กับใคร เมื่อมีการมานั่งคุยกันจึงพบว่า generation ที่ทำกับ generation ก่อนหน้านั้นผจญเรื่องราวที่ต่างกันเยอะ คนรุ่นก่อนต้องพยายามสร้างระบบ ISO มีการลองผิดลองถูกจนได้คู่มือ แล้วเกิดเป็นวัฒนธรรม แต่เมื่อพนักงานใหม่เข้ามา ทำอย่างไรให้กระบวนการเรียนรู้ และส่งต่อความรู้ ด้วยความสนุกและมีความสุขไปด้วยกัน สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการปรับปรุงงาน คือ **E C R S : Eliminate , Combine , Rearrange และ Simplify** แต่จะใช้อย่างไรในองค์กร จึงใช้หลัก 4W 1H ซึ่งการถามว่า “ทำไม” เป็นสิ่งที่ถูกตีกรอบมาตั้งแต่เด็ก แต่คำว่าทำไมกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการทำงานทุกวันนี้

ซึ่งต้องทำให้เกิดในทุกคนขององค์กร เพื่อให้เกิดการชวนชวนในการเรียนรู้ ในภาพรวมการทำงาน 12 ปี มีหัวข้อในการปรับปรุงประมาณ 13,000 เรื่อง พบว่าสิ่งสำคัญคือ motivation มีการสร้างสีสันด้วยการจัดงานจากห้องเล็กๆ เริ่มขยายเป็นห้องประชุมที่ใหญ่ขึ้น มีการหล่อหลอมบรรยากาศให้คนรู้สึกอยากที่จะเข้ามา และในปีนี้ได้เรียนรู้ว่าการถ่ายทอดเรื่องราวไปยังโรงงาน ที่สำคัญ คือ ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญ ทำให้ลดช่องว่าง เช่น ผู้บริหารโซว์การตีกลองร่วมกับอักษรชาติเตอร์ เป็นโซว์ที่ทำให้คนอยากเป็นส่วนหนึ่งของงาน สิ่งให้เห็นคือความเป็นทีม

Improvement Project from Bottom line ตั้งแต่ปี 2010-2018 มีการพัฒนาการทำงานจาก 17 units แบ่งเป็น QCC 12,958 เรื่อง KSS 86,943 เรื่อง และถูกพัฒนาไปสู่ MP Sheet 753 เรื่อง แต่ถามว่าองค์กรความรู้เหล่านี้อยู่ที่ไหน แต่โซคดีที่ได้รู้จัก KM ได้ทัน และมีการหยิบยก **70 : 20 : 10 model** ขึ้นมา ซึ่งโมเดลนี้มีการสอนเยอะมาก คนเรียนก็เป็นคนเดิม จึงออกแบบหลักสูตรขึ้นมาใหม่ โดยใช้เวลาเตรียมงาน 8 เดือน จากระบบเดิมไปสู่ระบบใหม่ เน้นการเวิร์คชอป และ reflection ระหว่างกัน และสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ในตอนท้ายเพียงแค่ 10% และเล่าถึง **Constructionism Case study** นำน้อย จบ ป.4 อยู่ที่ อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์ ที่สามารถชนะรางวัลระดับประเทศ ในการปรับปรุงน้ำ เป็นตัวอย่างของการเรียนรู้แล้วลงมือทำอย่างเห็นผล โดยจากเดิมใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น วันนี้มี Facebook เป็นของตัวเอง มีนักศึกษาปริญญาโท ปริญญาเอกจากต่างชาติมาเรียนรู้ ทุกวันนี้สามารถปลูกพืชทุกอย่างได้ ด้วยการเอาความรู้เข้ามาเติมชุมชนของตัวเอง มีการออกแบบถนนน้ำเดิน จากการทำน่าน้อยไปดูโครงการพระราชดำริ สามารถออกแบบให้น้ำไหลลงในจุดที่ต้องการ ตามหลักบริหารจัดการน้ำ นอกจากนั้นน่าน้อยยังพาเด็กๆ ในชุมชนเดินทำแผนที่น้ำในชุมชน ตอนนี้น่าน้อยทำข้าวพันธุ์แท้สำเร็จ เป็นตัวอย่างการก้าวเข้าสู่ KM โดยไม่รู้ตัว โดยต้องสร้างแรงขับจากข้างใน ให้เขาเติมความรู้เอง ในการปรับปรุงงาน ต้องทำให้เขาคิดเองว่าทำไมควรรู้เรื่องเหล่านี้ และกระบวนการเรียนรู้คือ Workshop โดยเกมมีความสำคัญมาก เป็นการใช้เกมในการเรียนรู้

Extracting and Transferring Experiential Knowledge from the Near - Retirement Generation to the Next Generation

คุณขวัญชัย เหมินตันสาย ผู้จัดการแผนกการจัดการองค์ความรู้ด้านเพิ่มผลผลิต เครือเบทาโกร กล่าวถึง ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็ง ของ Tomohiro Takanashi เปรียบเทียบความรู้ที่อยู่ใต้ภูเขาน้ำแข็งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. ความรู้ที่อธิบายได้ แต่ยังไม่ถูกนำไปบันทึก 2. ความรู้ที่อธิบายได้ แต่ยังไม่ถูกอธิบาย 3. ความรู้ที่อธิบายไม่ได้ ซึ่งคนในรุ่น Baby boomer มักไม่สามารถอธิบายสิ่งที่ตัวเองทำได้ และทำสิ่งนั้นได้ดี และเล่าถึงแนวคิดของ Ikujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi ในการจัดการความรู้ที่ว่า ต้องนำ “Tacit Knowledge” ที่เกิดประสบการณ์ ความคิด ทักษะ ให้อยู่ในรูปแบบของ “Explicit Knowledge” ผ่าน Knowledge transferring เพื่อสามารถถ่ายทอดให้คนอื่นได้ และในขณะเดียวกัน บุคคลสามารถ Learning เรียนรู้และนำความรู้กลับเข้าไปเพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจและความรู้ของบุคคลนั้นต่อไป และกล่าวถึง **Knowledge -Strategy Matrix** จะนำความรู้ของเราไปทำมาหากินอย่างไรบ้าง ถ้าระบุได้ว่าอนาคตข้างหน้าเป็นอย่างไร จะกำหนดได้ว่าเราต้องรู้อะไร ผู้บริหารต้องชี้ให้ชัดว่าเราจะไปทางไหน และ **KM Process** การ Identify Gap Approach ผ่านกระบวนการ ตกผลึกว่าแผนการทำงานของเราควรเป็นอย่างไร แบ่งเป็น 1. Identify 2. Approach 3. SECI Model โดย Identify เพื่อดูว่าองค์ความรู้ที่องค์กรต้องมีคืออะไร ความรู้อยู่ในคนหรือไม่มีเลย อะไรที่ยังขาด เราจะเห็นภาพชัดเจนขึ้นว่าจะกำหนดทิศทางไปทางไหนอย่างไร จากนั้นนำ SECI Model แปลงเป็นกระบวนการ KM ของเราเอง โดยเริ่มจาก Big Impact ไปสู่ Challenges Activity แล้วพยายามสร้าง Community Building Tools เพื่อแชร์ประสบการณ์ เป็นความเข้าใจใหม่ของคนที่มาถ่ายทอด แล้วมาพูดคุยกันว่าอะไรจะเอาไว้ อะไรจะเพิ่ม จากนั้นสกัดออกมา

เป็นคู่มือการปฏิบัติ ต่อมาสร้าง practice เพื่อนำกระบวนการเรียนรู้ไปผนวกกับงาน เมื่อสถานการณ์พนักงาน มีคนกว่า 10,000 คน แบ่งเป็น 1) คนที่อีก 5 ปีเกษียณ จำนวน 257 คน Key Management จำนวน 76 คน 2) คนที่เกษียณแล้วแต่ยังทำงานอยู่ จำนวน 22 คน 3) พนักงานใหม่ อายุงานไม่เกิน 2 ปี ประมาณ 2,700 คน และ ต้องมีการบริหารจัดการ Gen Y และ Millennial จำนวน 70% เพื่อให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้ ป้อนความรู้ให้พร้อมใช้งาน และพัฒนาคนที่อยู่กับองค์กร จะมีการสกัดความรู้ อย่างไรก็ตาม และเล่าถึง ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้สกัดความรู้ ได้แก่กระบวนการ Storytelling Story, Capture Worksheet , Plot Structure, My Story Mountain และการพัฒนาเครื่องมือในการสกัดความรู้เพื่อถ่ายทอดไปยังคนรุ่นใหม่

ช่วงบ่าย

How does Game-Based Learning work?

ทีม Deschooling นำเสนอแนวคิดการเรียนรู้ผ่านเกม ว่าเป็นการเรียนรู้แบบ “ห้องเรียนกลับทาง” ไม่เป็นการดาวน์โหลดข้อมูล แต่เน้น interactive ข้อมูลต่างๆ ไม่ใช่ความรู้ แต่สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้คือ ประสบการณ์ การอบรมเพื่อให้เข้าใจเป็นพื้น แต่ถ้าต้องการยกระดับให้ใช้เครื่องมือ ด้วยการให้ค้นหาเป้าหมาย บอร์ดเกมเป็นการจำลองประสบการณ์บางอย่างได้ เกมเป็นพื้นที่สร้างประสบการณ์ สิ่งสำคัญคือการถอดบทเรียนผ่านคำถาม วิจารณ์ว่าเล่นแล้วเป็นอย่างไร วิเคราะห์ว่ามีจุดไหนที่สร้างการเรียนรู้ และสังเคราะห์องค์ความรู้เฉพาะตัว เพราะทุกคนสามารถสร้างการเรียนรู้ของตัวเองได้ และให้ผู้เข้าร่วมลองเล่นเกม โดยมีโจทย์ “เขียนความรู้สึกของตัวเองและเดาใจคู่จะรู้สึกอย่างไร” ส่วนใหญ่เรามักคิดว่าคนอื่นจะรู้สึกเหมือนเรา แต่บางทีคนข้างเราอาจรู้สึกไม่เหมือนกับเรา จากนั้นทีมให้แต่ละกลุ่มเล่นเกมเล่าเรื่องขึ้นส่วนต่างๆ ของหมู และเกม Super Sales

การสะท้อนประเด็นการเรียนรู้จากผู้ร่วมกิจกรรม

- ได้เรียนรู้วิถีคิดของสมาชิกในทีม การเรียงลำดับความสำคัญ ได้ทราบว่าคนที่ เป็น Super Sales มองมิติไหน แล้วเรามองอย่างไร ทำให้เรารู้จักโฟกัส โดยเกมสร้างแรงจูงใจให้มีการแสดงความคิดเห็นและระดมความคิดโดยไม่มีเงื่อนไข ทุกความคิดของคนในทีมมีคุณค่า ไม่มีอะไรถูกหรือผิด
- ถ้าไม่รู้รายละเอียดของ product ทำให้เล่นเกมยาก การออกแบบเกมยาก ซับซ้อน สำหรับการตั้งคำถามสำหรับผู้เล่นมองว่าเกมนี้ดีมาก เพราะเป็นการบอกที่ต้องรู้จัก product และมีจุดที่ต้องสังเกตอะไรบ้าง
- สนุก ได้รู้แนวคิดของผู้อื่นที่แตกต่างกัน ได้เรียนรู้คล้ายโมเดล 70 : 20 : 10 แม้ผู้เล่นมีความรู้ไม่มาก แต่เมื่อต้องลงมือทำ ต้องพยายามหาทักษะแก้ปัญหา หากมองสะท้อน ไม่ว่าจะชนะหรือแพ้ แต่ได้เรียนรู้กระบวนการการแก้ปัญหาอื่นๆ เพื่อเติมองค์ความรู้ให้กับเรา

ศ.นพ.วิจารณ์ พานิช ประธานกรรมการ มูลนิธิสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคมกล่าวปิดงานกิจกรรม HPON4 ขอขอบคุณเครือข่ายที่ ทำให้กิจกรรมสนุกขนาดนี้ และการมาร่วมกิจกรรม HPON4 วันนี้ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และจากเกมช่วงบ่ายทำให้เห็นชัดเจนว่าเป็นเครื่องมือละลายพฤติกรรม ทำให้เกิดความสบายใจที่จะแชร์กัน เป็นการเปิดสมองให้พร้อมรับ พร้อมแชร์ และเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังมาก โดยเกมนำไปสู่การทำ reflection ร่วมกัน หรือ AAR ซึ่งการเป็นเจ้าภาพจัดงานทำให้เกิดการเตรียมตัว และมีการแชร์ มี reflection มีการรวบรวมเรื่องราวความรู้ทั้งหลายที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ทำให้องค์กรเจ้าภาพมีความเข้มแข็ง จะเห็นว่าเป็นการเรียนรู้ข้ามแดน ข้ามบริษัท ข้ามองค์กร แต่ภายในองค์กรเองก็มีการข้ามแดนได้ ขอขอบคุณที่เครือข่ายต้อนรับอย่างดีมาก และขอบคุณทุกท่านที่เข้าร่วมวันนี้