



แผนการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
(การบริหารจัดการภายใน ๘ ด้าน)
ระยะสั้น ประจำปี ๒๕๖๔

จัดทำโดย
โรงงานไฟฟ้ ๑ กรมสรรพสามิต
ส่วนทรัพยากรบุคคล

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ หลักการและเหตุผล	๑
๑.๒ ความหมาย	๑
๑.๓ ความสำคัญและความเชื่อมโยงของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	๓
๑.๔ วัตถุประสงค์	๔
๑.๕ เป้าหมาย	๔
๑.๖ กรอบการดำเนินงาน	๔
บทที่ ๒ ข้อมูลพื้นฐาน	๕
๒.๑ ข้อมูลพื้นฐาน	๕
๒.๒ ข้อมูลพื้นฐานค่านิยมและวัฒนธรรม	๖
บทที่ ๓ โครงการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	๗
๓.๑ โครงการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	๗

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ หลักการและเหตุผล

เพื่อจัดกิจกรรมสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม พัฒนาโรงงานไฟ ให้เป็นองค์กรที่มีค่านิยมร่วม (Shared Values) และปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึกและสร้างวัฒนธรรมอันพึงประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บุคลากรทุกคนใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมของตนเองตามความคาดหวังขององค์กร รวมถึงการป้องกัน/ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และเพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model :SE-AM) โดยครอบคลุมการบริหารจัดการภายในทั้ง ๘ ด้าน เป็นไปตามพันธกิจขององค์กร

๑.๒ ความหมาย

ค่านิยม (Values) เป็นความคิดและพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า ยอมรับมาปฏิบัติตาม และวางแผนไว้ระยะหนึ่ง ค่านิยมมักเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัย และความคิดเห็นของคนในสังคม

ค่านิยม จึงเป็นมาตรฐานการเรียนรู้ การประเมิน การเลือกและการตัดสินใจของบุคคลว่าควรทำหรือไม่ควรทำ มีค่าหรือไม่มีค่า สำคัญหรือไม่สำคัญ นอกจากนี้ ค่านิยมยังทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจให้บุคคลมุ่งสู่เป้าหมายที่ต้องการ มีผู้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ต่าง ๆ อาทิเช่น

- ค่านิยม หมายถึง สิ่งทีบุคคล หรือ สังคมยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง (ราชบัณฑิตสถาน)
- ค่านิยม หมายถึง แนวความประพฤติ หรือ สภาพของการกระทำใด ๆ ทีบุคคล หรือสังคมนิยมชมชอบ และเห็นว่าเป็นสิ่งทีมีคุณค่าควรแก่การประพฤติปฏิบัติ จึงยอมรับยึดถือมาเป็นแนวทางประพฤติอย่างสม่ำเสมอ หรืออย่างน้อยก็ชั่วระยะหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง หรือสังคม (พระมหาดิศร ธิรสีโล, ๒๕๔๐ อ้างถึงใน ค่านิยมในการทำงาน, ม.ป.ป.)
- ค่านิยม หมายถึง ความเชื่อของบุคคลส่วนใหญ่ ซึ่งเชื่อว่าสิ่งหนึ่งมีความสำคัญ และเป็นสิ่งที่ปรารถนา การประพฤติปฏิบัติที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับนั้นย่อมมีค่านิยมของสังคมแฝงอยู่ภายใน หรือการประพฤติปฏิบัติทีบุคคลใดมีความพึงพอใจย่อมมีค่านิยมของบุคคลนั้นแฝงอยู่ภายในด้วย (ฤกษ์ชัย คุณูปการ, ๒๕๓๙ อ้างถึงใน ค่านิยมในการทำงาน, ม.ป.ป.)

ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปว่า ค่านิยม คือ เจตคติ ความคิด ความชอบ ความเชื่อพฤติกรรม และสิ่งอื่นทีคนในสังคมเห็นว่ามีคุณค่า มีความสำคัญ จึงยอมรับยึดถือมาเป็นแนวทางประพฤติอย่างสม่ำเสมอ หรืออย่างน้อยก็ชั่วระยะหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง หรือสังคม โดยค่านิยมของสังคมก็คือค่านิยมร่วมของกลุ่มบุคคลในสังคมนั้น ๆ ซึ่งแฝงอยู่ภายในความคิด อารมณ์ความรู้สึก และเจตคติของแต่ละบุคคล

ค่านิยมหลัก (Core Value) เป็นหลักการ และพฤติกรรมที่สื่อถึงความคาดหวังในองค์กร และบุคลากรปฏิบัติตาม ค่านิยมหลักขององค์กรจะสะท้อน และเสริมสร้างวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ตลอดจนเป็นแนวทาง และสนับสนุนการตัดสินใจของบุคลากรทุกคน เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม (สำนักงาน ก.พ.๒๕๕๗; ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ๒๕๕๗) นอกจากนี้ ค่านิยมหลักยังช่วยสร้างบรรยากาศที่กลมเกลียว และกลมกลืนในการทำงาน และแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้เกิด Organizational fit ด้วย

วัฒนธรรม หมายถึง พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยกัน เรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕)

วัฒนธรรมองค์กร คือ แบบแผนการประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ และพิธีกรรมต่าง ๆ ที่สมาชิกภายในองค์กรกระทำ หรือจัดให้มีขึ้น ซึ่งมีรากฐานมาจากค่านิยม ความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ที่สมาชิกมีส่วนร่วม อันเนื่องมาจากการได้เห็น ได้เรียนรู้ จากสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กร และผลที่ตามมา ร่วมกันการเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่าบุคคลควรจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้ต่อสภาพแวดล้อมในแต่ละสถานการณ์ที่เผชิญอย่างไร หรืออาจสรุปสั้น ๆ ได้ว่า : วัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่สร้างขึ้นจากคนในองค์กร โดยมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และยึดถือปฏิบัติกันมาจนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในองค์กรนั้น ๆ

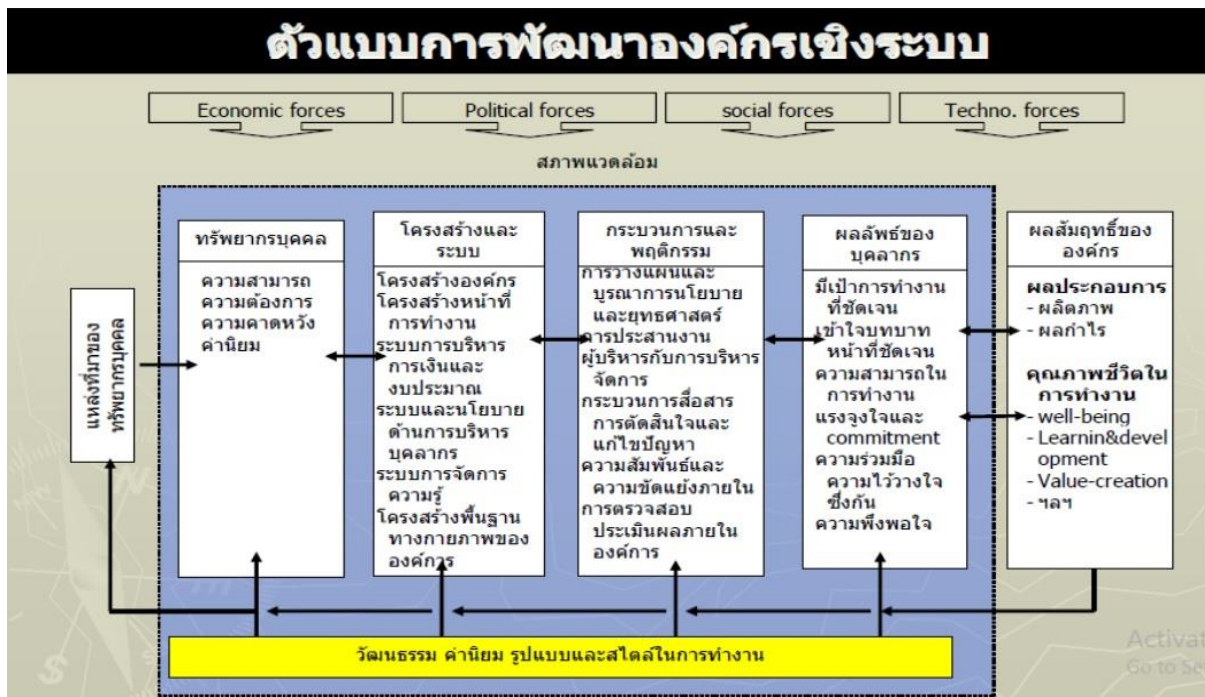
นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงบางส่วนจนสามารถพัฒนาต่อยอด คิดค้น จนเกิดสิ่งใหม่ทั้งมิติ ด้านผลิตภัณฑ์ มิติบริการ มิติกระบวนการทำงาน รวมถึงมิติรูปแบบการดำเนินธุรกิจ หรือภารกิจใหม่ขององค์กร (Business Model) ซึ่งสิ่งใหม่ที่ได้รับการปรับปรุง พัฒนาคิดค้นดังกล่าว ต้องสามารถสร้างคุณค่า (Value) ใหม่ให้องค์กร และผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเป็นมิติทางการเงินหรือไม่ใช่ทางการเงิน นอกจากนี้ นวัตกรรมไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะนวัตกรรมระดับองค์กรเท่านั้น แต่ยังสามารถเกิดขึ้นในระดับหน่วยงานในระดับกระบวนการ จนถึงระดับบุคคล โดยนวัตกรรมจำเป็นต้องถูกพัฒนาเชื่อมโยงบูรณาการมารากรากฐาน ๓ ปัจจัย ได้แก่

๑. นวัตกรรมต้องเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)
๒. นวัตกรรมต้องมีความใหม่ (Newness)
๓. นวัตกรรมต้องสร้างคุณค่าใหม่ (Value)

๑.๓ ความสำคัญและความเชื่อมโยงของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

เมื่อองค์กรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร เพื่อแสดงเป้าหมายในอนาคตว่า องค์กรจะไปยังจุดไหน และเราต้องทำอะไร สิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับทั้งสองข้อและมีความสำคัญไม่แพ้กัน คือ “ค่านิยม(values)” ความสำคัญของค่านิยมอยู่ที่ค่านิยมเป็นตัวผลักดันให้บรรลุวิสัยทัศน์ ค่านิยมฝังอยู่กับบุคลากรขององค์กร หากปราศจากค่านิยมที่เหมาะสมแล้ว การขับเคลื่อนองค์กรจะเป็นไปด้วยความยากลำบาก และอาจไม่สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ได้ องค์กรใดที่กำหนดค่านิยมไว้ดีและชัดเจน และระลึกไว้ในการทำงานตลอดเวลา แสดงออกด้วยพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ ทำยสุดแล้วกลายเป็นวัฒนธรรมการทำงานที่ส่งผลสู่การดำเนินการที่เป็นเลิศ จึงกล่าวได้ว่าค่านิยมในองค์กรเป็นรากฐานของวัฒนธรรมองค์กร และเป็นปัจจัยในการกำหนดพฤติกรรมทางจริยธรรม

ทั้งนี้ ในหลักการทางวิชาการด้านการพัฒนาองค์กร จะถือว่า “วัฒนธรรมองค์กร” (Organization culture) เป็นส่วนที่สำคัญยิ่งต่อการกำหนดรูปแบบ แนวทาง และความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร ไม่ว่าจะองค์กรนั้น ๆ จะได้มีการออกแบบโครงสร้าง กระบวนการ และมีบุคลากร และเทคโนโลยีขั้นนำอย่างไร แต่หากปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรไม่เอื้อต่อการทำงาน โอกาสแห่งความสำเร็จขององค์กรแห่งนั้นก็ขึ้นอยู่กับระดับต่ำทั้งในแง่ของ “ผลประกอบการ” และ “คุณภาพชีวิตในการทำงาน” ของบุคลากร ดังแผนภาพที่ ๑ แสดงตัวแบบการพัฒนาองค์กรเชิงระบบ



แผนภาพที่ ๑ ตัวแบบการพัฒนาองค์กรเชิงระบบ

บทที่ ๒ ข้อมูลพื้นฐาน

๒.๑ ข้อมูลพื้นฐาน

โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติไฟ พุทธศักราช ๒๔๘๑ และในปี พ.ศ. ๒๕๓๔ กระทรวงการคลังได้ปรับฐานะโรงงานไฟจากส่วนราชการกรมสรรพสามิต มาเป็นรัฐวิสาหกิจที่ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคล สังกัดกรมสรรพสามิต ตั้งแต่วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๓๕ เป็นต้นมา

ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง ที่ดำเนินงานด้านการผลิตไฟ และผลิตสิ่งพิมพ์ตลอดการปลอมแปลง ได้ตระหนักและให้ความสำคัญสำหรับการสร้างทุนมนุษย์ (Human Capital) ให้มีความรู้และความสามารถอย่างเชี่ยวชาญ เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ที่ช่วยผลักดันการดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจที่ตั้งเป้าหมายไว้ โรงงานไฟจึงให้ความสำคัญในการสร้างให้เป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศ (High Performance Organization) ส่งเสริมการพัฒนาพนักงานทุกระดับให้เป็นคนดี คนเก่ง ในทุกด้าน และมีพฤติกรรมตามค่านิยมองค์กร พร้อมกับการพัฒนาองค์กรให้เป็นผู้นำในด้าน Digital Printing Solution รวมถึงเป็นองค์กรชั้นนำในด้านการผลิตสิ่งพิมพ์ตลอดการปลอมแปลงที่สำคัญโรงงานไฟตระหนักถึงความสำคัญขององค์ความรู้อันเป็นสินทรัพย์สำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นรากฐาน และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมจากภายในและภายนอกองค์กรจึงมีการทบทวนและจัดทำกรอบการดำเนินงานการจัดการความรู้องค์กรเป็นประจำทุกปีให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model :SE-AM) โดยครอบคลุมการบริหารจัดการภายใน ๘ ด้าน

โดยในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรม (KM&IM) เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าโรงงานไฟมีการจัดสภาพแวดล้อมภายในองค์กรได้อย่างเหมาะสม และมีการจัดวางระบบการจัดการที่เอื้อให้การจัดการความรู้ขององค์กรสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมเป็นระบบ และต่อเนื่องส่งผลให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ และการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในการพัฒนางานและองค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จนนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LO: Learning Organization) เพื่อต่อยอดนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation Management: IM) เพื่อช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงานให้กับองค์กร และเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model :SE-AM) โดยครอบคลุมการบริหารจัดการภายใน ๘ ด้าน

วิสัยทัศน์

“Cards for Digital” ยกระดับไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม ด้วยระบบดิจิทัล

พันธกิจ

๑. ส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยงในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนเป็นตัวอย่าง และมีส่วนร่วมในการจัดการนวัตกรรม

๓. สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และผลักดันองค์กรให้เป็นผู้นำด้าน Digital Printing Solution

๔. ส่งเสริมการจัดการนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่ตอบสนองเป้าหมายขององค์กร

๒.๒ ข้อมูลพื้นฐานค่านิยมและวัฒนธรรม

ค่านิยมองค์กร (ฉบับเดิม) ประกอบด้วย

ค่านิยม Cards แนวทางปฏิบัติตัวสำหรับพนักงานโรงงานไฟ

C ◆	Cordialness	หมายถึง	ความจริงใจ นำคบหา
A ◆	Accountability	หมายถึง	สำนึกรับผิดชอบ
R ◆	Reliability	หมายถึง	ความเชื่อถือได้
D ◆	Diligence	หมายถึง	ความขยันหมั่นเพียร
S ◆	Safety Awareness	หมายถึง	สำนึกความปลอดภัย

ค่านิยมองค์กร (ทบทวน ปี พ.ศ.๒๕๖๔) ประกอบด้วย



ดำเนินการตามค่านิยมองค์กรเป็นหลัก เพื่อให้ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการบริหารจัดการภายใน ๘ ด้าน

บทที่ ๓

โครงการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันโรงงานไฟ กกรมสรพสามิต มีวัฒนธรรมองค์กร และค่านิยมหลัก คือ CARDS ซึ่งบุคลากรทุกคนยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน แต่โรงงานไฟยังไม่มีแนวทางเสริมสร้างค่านิยม และวัฒนธรรมในองค์กรที่ชัดเจน เพื่อปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึก และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีให้กับพนักงาน

การที่องค์กรจะบรรลุถึงเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กรได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเป็นสำคัญ แม้ว่าการกำหนดลักษณะงาน และเป้าหมายผลงานจะมีส่วนช่วยให้พนักงานปฏิบัติให้เป็นไปตามผลที่คาดหวังได้ แต่หากมี “ตัวช่วย” ซึ่งแนะพฤติกรรมการทำงานของพนักงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเอื้อต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรก็จะทำให้องค์กรได้รับผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ได้ง่ายขึ้น การเสริมสร้าง “ค่านิยมร่วม” (Shared Values) เพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่พึงประสงค์เป็นวิธีการหนึ่งในการปลูกฝังแนวประพฤติปฏิบัติที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน ค่านิยมร่วมนี้ยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจผูกพันกับองค์กร อีกทั้งทำให้พนักงานเกิดความชัดเจนว่าองค์กรคาดหวังพฤติกรรมแบบใดจากตน และประเมินตนเองได้อย่างมั่นใจว่า หากปฏิบัติตามได้ตามนั้นแล้วย่อมส่งผลดีต่อผลงานของตน และองค์กรด้วย

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมค่านิยม และวัฒนธรรมของโรงงานไฟ จึงได้จัดทำโครงการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรขึ้นมา เพื่อจัดกิจกรรมสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม พัฒนาโรงงานไฟ ให้เป็นองค์กรที่มี “ค่านิยมร่วม” (Shared Values) และปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึก และสร้างวัฒนธรรมอันพึงประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บุคลากรทุกคนใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมของตนเองตามความคาดหวังขององค์กร รวมถึงการป้องกัน/ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน เป็นไปตามค่านิยมองค์กร

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อสนับสนุนผลักดันการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปรับพฤติกรรมการทำงานร่วมกัน
๒. เพื่อกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมกระตุ้นเตือนอย่างต่อเนื่องรวมทั้งแนวทางการประเมินและติดตามผลที่เป็นรูปธรรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

๑. แต่งตั้งคณะกรรมการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
๒. คณะกรรมการฯ วางแผนพัฒนาวัฒนธรรมตามค่านิยม CARDS
๓. ให้ความรู้เรื่องวัฒนธรรมค่านิยม CARDS
๔. ศึกษาดูงานในองค์กรที่จัดทำวัฒนธรรมองค์กรได้ประสบความสำเร็จ
๕. สสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรมองค์กร
๖. สรุปผลรายงานการดำเนินโครงการแก่ผู้อำนวยการ

เป้าหมาย

๓. นำค่านิยม CARDS มากำหนดพฤติกรรมที่พึงประสงค์
๔. ส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานทุกคนยอมรับและแสดงออกตามพฤติกรรมที่กำหนด

ระยะเวลา

กำหนดระยะเวลา ๑๒ เดือน (เริ่ม ตุลาคม ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ – กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔)

งบประมาณ

งบประมาณ ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
 (หมายเหตุ: ใช้งบประมาณร่วมกับโครงการตามแผนการจัดการความรู้และนวัตกรรม (KM&IM) ๑๐๐,๐๐๐ บาท)

ผู้รับผิดชอบแผนงาน

ส่วนทรัพยากรบุคคล

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด: ร้อยละของพนักงานที่ปรับพฤติกรรมตามค่านิยมองค์กร
คำอธิบาย: จำนวนพนักงานที่รับรู้ เข้าใจ และมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง ตามค่านิยมองค์กร

เป้าหมาย : ร้อยละพนักงานมีพฤติกรรมตามวัฒนธรรมต้นแบบของค่านิยมองค์กร ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕

ตารางที่ ๑ กิจกรรมและระยะเวลาดำเนินการโครงการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

รายละเอียดกิจกรรม	ปีงบประมาณ ๒๕๖๔												
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. แต่งตั้งคณะกรรมการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร													
2. คณะกรรมการฯ จัดประชุมเพื่อกำหนดกรอบการดำเนินงาน													
3. จัดทำแผนเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรเสนอผู้อำนวยการและคณะกรรมการ													
4. คณะกรรมการฯ ดำเนินงานตามแผนฯ มีรายละเอียด ดังนี้													
- คณะกรรมการฯ ทบทวนค่านิยมองค์กร													
- จัดประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร													
- ศึกษาดูงานในองค์กรที่จัดทำวัฒนธรรม และค่านิยมองค์กรได้ประสบความสำเร็จ													
- จัดทำแบบสำรวจการรับรู้ และความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมองค์กร													
- สรุปผลการดำเนินงานโครงการฯ และจัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน โครงการ/กิจกรรม													