

(ร่าง) ยุทธศาสตร์ KM 3.0 ขับเคลื่อนสังคมไทย

ประเด็นหลักประกอบด้วย

I. SWOT สถานการณ์ KM สังคมไทย	1
II. เป้าหมายการใช้ KM 3.0 ขับเคลื่อนสังคมไทย.....	5
III. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน KM 3.0 ของสังคมไทย	6
IV. ยุทธศาสตร์ KM 3.0 ที่เอื้ออำนวยให้ภาคี สสส. ทำงานสร้างเสริมสุขภาวะได้สำเร็จ มากขึ้น	9

I. SWOT สถานการณ์ KM สังคมไทย

เพื่อประเมินสถานการณ์ KM สังคมไทย ทั้งปัจจัยทางด้านความสามารถ ทรัพยากร และโอกาส ที่มีอยู่ (Strength, Opportunity) รวมถึง จุดอ่อน และความท้าทายที่ต้องเผชิญ (Weakness, Threat)

1. Strength ภายในวงการ KM

- 1) มี สคส. เป็นหน่วยงานบุกเบิกและได้รับความน่าเชื่อถือในการส่งเสริมเรื่อง KM โดยเฉพาะ (แม้จะอ่อนตัวลงในระยะหลัง)
- 2) มีพื้นฐานของ Human KM หรือ KM 2.0 อยู่แล้ว สามารถต่อยอดขึ้นไปได้
- 3) เห็น Potential Partners จาก Focus groups/เวทีระดมสมอง อาทิเช่น KM รพ.ศิริราช, R2R, สรพ., คุณปรเมศวร์ จากบัณฑิตเซ็นเตอร์, คณะ ICT มหิดล, Gotoknow, EGA, KMUTT, สสส.สำนักนวัตกรรม, สสส.สำนักภาคีสัมพันธ์, สสส.ศูนย์เรียนรู้ เป็นต้น
- 4) มีกลุ่ม/หน่วยงานที่ยังสนใจ KM และพร้อมเป็นแนวร่วมพัฒนาต่อ (ภาคีเดิม ที่ทำ KM 2.0 มาตั้งแต่เริ่มต้น และน่าจะเดินต่อไปสู่ KM 3.0 ได้)
- 5) พบ Best Practices จุดเริ่มของ KM 3.0 จากการ In-Depth Interview แต่ละภาคส่วนเช่น สรพ. (Engagement of Patient Safety), มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าบางมด (Learning space, Learning Process), กรมสุขภาพจิต (โครงการพัฒนาองค์กรต้นแบบที่มีการพัฒนาจิตเป็นวิถีและวัฒนธรรมองค์กร), R2R เป็นต้น
- 6) มีผู้นำ/ฝ่ายบริหาร บางหน่วยงานที่สามารถใช้ KM ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิด benefit ต่อองค์กร จึงเป็นโอกาสให้ส่วนใหญ่ที่ไม่เป็น ไปเรียนรู้ได้ - สร้างการเรียนรู้เพื่อปิด gap
- 7) เห็นกลไก/ keywords ที่จะเชื่อมต่อกจาก KM 2.0 ไปสู่ KM 3.0

จากการค้นหาและทำความเข้าใจ KM 3.0 ที่จะสามารถขับเคลื่อนสังคมไทย ทำให้เราได้ Keywords ของ KM 3.0 คือ “อยู่ในวิถี มีเป้าหมาย ใช้ยุทธศาสตร์ และเครื่องมือ (ICT) สำคัญคือ คุณเอื้ออุปถัมภ์” ซึ่งอธิบายเบื้องต้นได้ว่า

KM 3.0 คือ การจัดการความรู้ที่

- (1) อยู่ในวิถีชีวิต หรือวิถีการทำงานประจำของคน/องค์กร/ชุมชน
- (2) ต้องมีเป้าหมายในการใช้ KM 3.0 ที่จะตรงไปยัง Core business ขององค์กร หรือตอบหัวใจสำคัญของชุมชน/เครือข่าย
- (3) ใช้ยุทธศาสตร์ เพื่อเปลี่ยนวัฒนธรรมของทั้งองค์กรเป็นวัฒนธรรม KM ไปทะลายวัฒนธรรมแบบไซโล (Silo)

- (4) ใช้เครื่องมือ (ICT) เพราะ KM 3.0 ในยุคปัจจุบันและอนาคต ต้องทันเวลา พร้อมใช้ และต่อยอดการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว จึงต้องอาศัยเทคโนโลยี ICT เข้ามาเป็นเครื่องมือหนุน
- (5) มีผู้อุปถัมภ์ คือ มีคุณเอื้อ ที่คอยให้การสนับสนุนและเรียกร้องผลต่อธุรกิจหลัก (ภารกิจหัวใจ) ขององค์กร

มากกว่านั้น เราพบว่า KM 3.0 มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ประกอบด้วย

- **Space of Learning**: เป็นพื้นที่ในการเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่มคน
- **Speed of Learning** : สามารถสร้างความรู้ที่พร้อมใช้ สร้างการเรียนรู้ที่ทันเวลา
- **Spiral of Learning**: การหมุนเกลียวการเรียนรู้ ทั้ง Knowledge, Skills และ Thinking Process/ Mindset

2. Weakness ภายในวงการ KM

- 1) สดส. ซึ่งเป็นองค์กรที่ส่งเสริมผลักดัน KM ที่ผ่านมามีความอ่อนตัวลงมากในระยะหลัง ทำให้ในอนาคต จะไม่มียุทธศาสตร์กลางทำหน้าที่เรียนรู้ ยุกระดับ และขับเคลื่อน KM ของสังคมไทย ทำให้ KM ของสังคมไทยอยู่ในสภาพที่ทำตามแนวทางเดิมๆ ไม่พัฒนารูปแบบ ไม่พัฒนาความรู้ความเข้าใจ/คุณค่าลึกๆ ของ KM ให้เห็นว่า ศักยภาพและคุณค่าของ KM ยิ่งใหญ่/มีน้ำหนักกว่าที่คนรู้จักมากมาย แต่ไม่ได้พัฒนาเครื่องมือนี้ให้มีพลังขนาดนั้น
- 2) KM Resources ไม่พอเพียงจะขับเคลื่อนสังคม
 - Team ที่ผลักดันเรื่องนี้ ยังมีพลังไม่มากพอ
 - Change Agent ในองค์กร/ภาคส่วนต่างๆ ที่เข้มแข็ง ยังมีอยู่น้อย
 - Financial support ไม่เพียงพอ
- 3) KM ไม่ได้ถูกใช้ในการขับเคลื่อนการทำงานเพื่อผลสำเร็จขององค์กรตามเป้าหมายใหญ่ (จะเห็นว่า การทำ KM ที่ผ่านมา องค์กรส่วนใหญ่ไม่สามารถ Focus หรือ shape เป้าหมายที่สำคัญได้ จึงทำแบบเหวี่ยงแหไม่สามารถเชื่อมโยงผลสำเร็จ)
- 4) ความเร็วหรือ Speed ในการจัดการความรู้ การสร้าง/เข้าถึง/ปรับใช้ความรู้ ไม่ทันต่อการใช้งานหรือการแก้ไขปัญหา หรือเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เข้ามา
- 5) ที่ผ่านมานั้นการผลักดันนำ KM ไปใช้ แต่ไม่มีการวิจัยเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจการใช้ KM/ การสร้างการเรียนรู้ในแต่ละบริบทสังคมไทย

- 6) วิทยากร/โค้ชที่ปรึกษา ไม่รู้เนื้อหา/บริบท วัฒนธรรมการทำงาน เชิงลึก ในแต่ละภาคส่วน-เชิงประเด็น จึงไม่สามารถออกแบบกลไกการใช้ KM ให้เหมาะสมกับแต่ละที่
- 7) ขาด KM ของผู้บริหารแบบที่ ศ.พญ. ดวงมณี เลหาประสิทธิ์พร รพ.ศิริราช ทำคือการนำผลงานสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติมาตีความคุณค่าตามเป้าหมายขององค์กรนำไปให้รางวัล ยกย่องผลงาน แล้วนำมากำหนดเป้าหมาย Good Practice ในระดับปฏิบัติ ยกกระดับขึ้นไป โดยมีหน่วยงานแนวราบคอยช่วยเหลือให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถพัฒนางานให้ได้ผลยกระดับขึ้นได้

3. Opportunity ของสังคมไทย/วงนอกKM

- 1) KM ยังเป็นตัวชี้วัดของ ก.พ.ร., TQA, สกอ. อยู่ และต่อไปในอนาคต (แสดงถึง KM ยังเป็นเรื่องสำคัญขององค์กร)
- 2) สังคมไทย โดยเฉพาะภาคประชาชน/ชุมชน ยังต้องการเครื่องมือ KM ไปช่วยเสริมศักยภาพการพัฒนาอีกมาก
- 3) มีแนวทางและหน่วยงาน ในเรื่องการสร้าง งานวิจัย นักวิจัย ควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดอย่างยั่งยืน
- 4) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี 3.0, 4.0 ที่สามารถช่วยให้การเรียนรู้ร่วมกัน มี speed และ spiral ได้มากขึ้น และง่ายในการใช้งาน

4. Threat ของสังคมไทย/วงนอก KM

Threat ที่ใหญ่และสำคัญที่สุด คือ ความท้าทายต่างๆ ในอนาคต ที่ถ้าโถมเข้าสู่สังคมไทย (โลกเปลี่ยน สังคมเปลี่ยน) ทำให้คนในสังคม องค์กร ไม่รู้เท่าทัน ไม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้ survive และยั่งยืนอยู่ได้ซึ่งความท้าทายนั้น ได้แก่

- 1) ด้านสังคม/เศรษฐกิจ : สังคมเปราะบางและหลากหลายมาก จนไม่รู้จะจัดการอย่างไร, เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่คนในชนบท คนเล็กๆ ในบางส่วน เข้าไม่ถึงโอกาสในการรับข้อมูล ความรู้ และไม่มีช่องทางเรียนรู้ร่วม, ความสัมพันธ์ของคนที่ลดลง การสืบทอดรุ่นต่อรุ่นที่หายไป/การร่วมมือเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายใหญ่เดียวกันทำได้ยากทำให้ไม่เกิด Collaboration และการนำพาสังคมไปสู่ความยั่งยืน (สังคมแตกสลาย)
- 2) ข้อมูลท่วมท้น (Big Data) : มีข้อมูล/ความรู้บางส่วนถูกทิ้งขว้าง ไม่ได้ใช้ประโยชน์ และหลายส่วนไม่มีการตรวจสอบ ข้อมูลข่าวสารไร้คุณภาพ และมีข่าวสารหลอกลวง หรือมุ่งแสวงประโยชน์จากผู้รับ คนไม่มีทักษะในการรับสารจะถูกหลอก

- 3) ด้านการศึกษา : คนที่เป็นผลผลิตจากการศึกษา ขาดเป้าหมาย ขาดคุณภาพและแรงบันดาลใจ
- 4) ลักษณะของคนในสังคมไทย : ส่วนใหญ่มี fixed mindset/ ไม่ชอบเรียนรู้, ผู้คนทำงานรอการสั่งการ ไม่ active (KM ต้องไปช่วยสร้าง growth mindset ต้องทำให้เกิด Learning spiral), คนไม่ทุกขั้วรื้อกับส่วนรวม ไม่ทุกขั้วรื้อกับสังคม/ชุมชน, ขาดแรงบันดาลใจในการร่วมมือ อีกทั้ง ผู้นำองค์กรในสังคมไทยอีกมาก ที่ยังให้ความสำคัญและ การสนับสนุนเรื่องการเรียนรู้น้อยต้องการให้ลูกน้องทำตามตน ว่านอนสอนง่าย
- 5) ความอ่อนแอด้านการจัดการ :
- ผู้นำในองค์กร/สังคมส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถบริหารงานโดยใช้ฐานความรู้ของคน ผู้นำไม่สามารถบริหารเป้าหมายหรือทำ KM บนเป้าหมาย - ร่วมกับปฏิบัติ/คนทำงานได้ (ผู้นำต้องเป็นคุณกิจในเรื่องเป้าหมายใหญ่ในการบริหารงานองค์กร/สังคม)
 - การจัดการความรู้ต่อคนหมู่มาก ยังไม่มีประสิทธิภาพไม่สามารถสร้างเป้าหมาย แรงบันดาลใจร่วมจึงไม่สามารถสร้าง Collaboration ทางข้อมูล/ความรู้/ปัญญาไม่เกิดการร่วมมือทำ - ร่วมแก้ปัญหา –ร่วมพัฒนา

**** จากการประเมินสถานการณ์ KM สังคมไทย และสภาวะการณ์สังคมไทย (Strength, Opportunity, Weakness และ Threat) ซึ่งทำให้เราเห็นช่องโหว่ และความท้าทาย ที่ล้วนเป็นโอกาส และเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะใช้ ต้นทุน และโอกาส ของ KM 3.0 ที่มีอยู่ ปิดช่องว่าง ซึ่งเป็น gap ที่เกิดขึ้นจาก Weakness และ Threat ของสังคมไทย**

เราเห็นโอกาสในการทำหน้าที่หน่วยงานกลาง พัฒนา ส่งเสริม และจัดการเครือข่าย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนา KM 3.0 ในบริบทไทย พัฒนา KM 3.0 ทั้งจากภาคปฏิบัติ และ ภาควิชาการ

II. เป้าหมายการใช้ KM 3.0 ขับเคลื่อนสังคมไทย

เราได้ตั้งเป้าหมายของการใช้ KM 3.0 เป็นเครื่องมือหนึ่ง เพื่อขับเคลื่อนสังคมไทย ใน 3 ระดับ ประกอบด้วย

1. ระดับบุคคล

- 1) สามารถใช้ความรู้ ในการปรับเปลี่ยนการทำงานของตัวเอง และที่สำคัญ ปรับเปลี่ยนการทำงานร่วมกับกลุ่มให้ดีขึ้น: เกิด socialization กันทางความรู้ ความคิด และเกิดการร่วมมือกันทำงานเป็นกลุ่ม เป็นทีม (ตัว S ใน SECI model เป็นการ socialization กันทางความรู้ แต่เราอยาก หนุนให้เกิดการร่วมมือกัน เกิด collaboration ไม่ใช่เพียงยกระดับ Individual)
- 2) ยกระดับการเรียนรู้ความรู้ ไปสู่ความคิด (ปัญญา)
- 3) ยกระดับไปสู่ Transformative Learning

2. ระดับองค์กร

- 1) เพิ่ม Productivity/นวัตกรรมการทำงาน/ Business outcome เพื่อตอบเป้าหมายใหญ่องค์กร
- 2) ให้มี bottom-up creativity ขึ้น ในองค์กรทุก sector (ราชการ ธุรกิจเอกชน ภาคประชาชน)
- 3) ปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน/โครงสร้างหน่วยงานให้ powerful ขึ้น
- 4) มีความสามารถในการปรับตัว จนเข้าไปเป็นวิถีและวัฒนธรรม (Learning Organization)
- 5) มีความสามารถในการเผชิญความยากลำบากในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ เพราะ KM ที่ดี ทำให้เกิดการสังคมนุภาพคน ทำให้คนในองค์กรพร้อมใจกันหาวิธีปรับตัว พันฝ่าผ่านสถานการณ์ยากลำบากไปได้ และเรียนรู้สู่การประกอบธุรกิจ/ภารกิจในรูปแบบใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม

3. ระดับสังคมไทย

- 1) เพิ่มการเข้าถึงโอกาสของคนในสังคมให้ทั่วถึง มากขึ้น (ความเท่าเทียม เป็นธรรมของสังคม - equity) ให้โอกาสคนตัวเล็กๆ ในท้องถิ่น ชุมชน ชายขอบของสังคมไทยได้เข้าถึงและมีโอกาสพัฒนาตัวเอง (ผ่านกิจกรรมโครงการ หรือ การใช้ KM 3.0)
 - platform ที่คนชุมชน/ชาวบ้านในสังคม เข้าถึงและมาใช้ได้ง่าย
 - ชาวบ้าน/ชุมชนใช้ KM ได้ ไม่ใช่เฉพาะคนบางส่วนในสังคม (คนระดับบนของสังคม ที่มีโอกาสอยู่แล้ว)
- 2) ผู้คนเกิดการตัดสินใจเรื่องสำคัญๆ บนฐานความรู้และข้อมูลเลือกทางเดินเพื่อสร้างสุขภาวะร่วมกัน (ลดทุกข์ภาวะ อันเกิดจากความไม่รู้ ไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลง)

III. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน KM 3.0 ของสังคมไทย

ร่างยุทธศาสตร์ระยะ 3-5 ปี การขับเคลื่อน KM 3.0 ของสังคมไทยโดยการมอง 4 เรื่องหลัก ที่คิดว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ KM 3.0 ขับเคลื่อนสังคมไทย ได้สำเร็จ

1. สร้างความร่วมมือกับ Strategic Partner

- 1.1. ร่วมมือกับทุกภาคส่วนหนุนให้เกิด Co-Learning Space ที่หลากหลาย ทั้งในแบบพื้นที่จริง และพื้นที่เสมือนทางออนไลน์
- 1.2. ร่วมมือกับ ICT Partners ในการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ ICT ซึ่งมีการพัฒนาไปมากในปัจจุบันและต่อไปในอนาคต นำไป support การสร้างการเรียนรู้ บน Learning Space ต่างๆ ในทุกภาคส่วน พื้นที่ องค์กร/สังคม (ให้เกิดการจัดการ และใช้ประโยชน์จาก Big Data)
- 1.3. ร่วมมือกับภาคีหน่วยงานสนับสนุนวิจัย และมหาวิทยาลัย หนุนให้เกิดการสร้างงานวิจัย/ตั้ง โจทย์วิจัย และนักวิชาการ KM3.0 ควบคู่ไปกับการดำเนินงานใช้ KM ในบริบทต่างๆ
- 1.4. Cross Functional Learning Network เพื่อหนุนให้เกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายไปพร้อมๆ กัน

2. Space of Learning (Co-Learning Space)

หนุนให้เกิด Cross boundary learning ข้าม Network/ generation/ ข้ามพื้นที่/ชุมชน

- 2.1. Learning Platform - Learning Channel หลากหลายประเด็น หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย (based on content & context)
- 2.2. Learning Platform และ Channel ที่เหมาะสมกับชุมชนเพื่อให้โอกาส คนในสังคมทุกภาคส่วน (คนตัวเล็ก) ได้เข้าถึงข้อมูล/ความรู้ /การเรียนรู้สร้างโอกาส ความเท่าเทียม ความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
- 2.3. หนุน Co- Learning ระหว่าง ผู้นำ/ผู้บริหาร หรือผู้สร้างนโยบาย กับ คุณกิจ หรือผู้ปฏิบัติ หรือ คนทำงาน

3. Speed of Learning

การสนับสนุนให้มีการออกแบบกลไก เครื่องมือ support พื้นที่หรือช่องทางการเรียนรู้ร่วมกัน (Co-Learning Space) ที่เหมาะสมกับองค์กร เครือข่าย พื้นที่ โดยการร่วมมือกับ ICT Partners

- ICT Tools Matching ภาคส่วนที่ต้องการใช้ - ICT Provider
- Big Data Platform

4. Spiral

- 4.1. ตั้งคำถามให้ประเทศไทย ร่วมกับ Strategic Partners สร้าง loop spiral (ตั้งคำถาม - ค้นหาคำตอบ - นำมาเรียนรู้ - พัฒนาต่อยอด)
 - ตั้งคำถาม/โจทย์ เข้าสู่ Co-Learning Space
 - ใช้เครื่องมือ (ICT) -เก็บ data & analyse (Big Data)
 - จับภาพค้นหาคำตอบ (มีผล/คำตอบ จากจุดเล็กๆ อยู่ที่ไหนบ้างใน สังคมไทย) นำมาตีความ ยกระดับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาต่อ
 - หมุนวนกระบวนการเป็น loop อย่างต่อเนื่อง

** คำนึงถึง การให้ชาวบ้าน/คนตัวเล็กในสังคม ได้มีเครื่องมือ ช่องทาง (ICT /Channel) ที่ใช้ได้ง่ายและเข้าถึงข้อมูล-ความรู้-การเรียนรู้

- 4.2. สร้าง/เสริมศักยภาพ Change Agent/Knowledge Moderator ในแต่ละภาคส่วน/ประเด็น

- 4.3. สนับสนุนงานวิชาการ-วิจัย KM 3.0 ในหลากหลายบริบทองค์กร/ชุมชน/พื้นที่
 - วิจัยทาง KM ควรจะมีรูปแบบให้เกิด Learning Process และ Knowledge Creation ควบคู่กันไป และต้องมีองค์ความรู้ที่เชื่อมโยง- ข้ามศาสตร์
 - ควรเน้นวิจัยในบริบทชุมชน ซึ่งเป็นฐานใหญ่ของประเทศไทย
 - ส่งเสริมวิจัย KM เชิงสังคม เพื่อส่งเสริมปฏิบัติการทางสังคม (social research for social action)
 - โจทย์วิจัย KM ที่สำคัญ เช่น
 - ค้นหาวิธีการที่จะนำ KM ไปใช้กับองค์กรอย่างไร วิธีการที่จะฝัง KM เข้าไปในองค์กรทำได้อย่างไร
 - การวัดหรือประเมิน KM ในการขับเคลื่อนงานจะอย่างไรดี และจะต้องเป็น Empowerment Evaluation ด้วย จะต้องทำอย่างไร
 - จะเลือกใช้เทคนิค/เครื่องมือ KM ชนิดใด ในสถานการณ์แบบไหนดี จึงจะดีเหมาะสมและเกิดผล
 - วิธีการจัดการให้เกิดเครือข่ายเพื่อช่วยให้ชาวบ้านเรียนรู้ได้ทันเวลา ท้นการเปลี่ยนแปลง (ทำ KM เพื่อสร้าง Integration Learning)
 - How to การทำ KM ระดับพื้นที่ให้เป็นขบวนการทางสังคม หรือ social movement ในขณะเดียวกันต้องยกระดับในความรู้ นั้นเป็นนโยบายสาธารณะระดับพื้นที่ด้วย
 - KM ที่ช่วยสร้าง sustainability เป็นอย่างไร (การใช้ KM เพื่อหนุนความยั่งยืนของชุมชน)
 - KM for decision making or policy making เป็นอย่างไร

4.4. ส่งเสริม Higher-Education :

- สร้างศาสตร์เกี่ยวกับ KM ได้ KM Model จากบริบทจริง ทั้งองค์กร/ชุมชน/สังคม ที่เผยแพร่ให้สังคมได้
- หนุนมหาวิทยาลัยใช้ KM 3.0 ผลิตคน/บัณฑิต, ทำงานร่วมกับชุมชน

4.5. การสร้าง Spiral ต้องมองถึง

- Culture/social structure ของแต่ละที่
- เป้าหมาย - Process – outcome
- Internal - external knowledge
- การต่อยอด/นวัตกรรม

*** ซึ่ง Spiral ที่ดีต้องเกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ และเป็นการยกระดับในลักษณะ emergence/new purpose ไม่ใช่ more of the same*

IV. ยุทธศาสตร์ KM 3.0 ที่เอื้ออำนวยให้ภาคี สสส. ทำงานสร้างเสริมสุขภาวะได้สำเร็จมากขึ้น

1. ใช้ Co-Learning Space เป็นยุทธศาสตร์หลัก

การสร้าง Co-Learning Space ที่มี management ที่ดี เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันที่มีคุณภาพ โดยการ

- 1) **เปิดพื้นที่ Co-Learning Space แบบเจอหน้าเจอตา ให้ภาคี สสส. ทุกเดือน** based on ประเด็นที่ ภาคี สสส. อยากพัฒนา (มีการ Mapping ประเด็น) อาทิเช่น ทักษะ/วิธีการสื่อสารไปสู่สังคม, การสร้างช่องทางสื่อสารสังคมที่ Powerful, การสกัดความรู้ของโครงการ ให้เป็นชุดความรู้ที่ส่งง่าย, การพัฒนาศักยภาพแกนนำรุ่นต่อไป, การกรองข้อมูลเก่า-ใหม่, วิธีตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นต้น
- 2) คัดเลือก/จับภาพ Best Practices นำมาเรียนรู้
- 3) Mapping ภาคีที่ต้องการร่วมเรียนรู้
- 4) ทำให้เกิด Cross Boundary Learning
- 5) ร่วมกับสำนักนวัตกรรม ใช้ ICT tools สกัดและวิเคราะห์ Content ที่ได้ และใช้ ICT สร้าง virtual learning space คู่ขนานกันไป (เช่น การใช้สัญญาณถ่ายทอด ช่วยสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนที่อยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ)
- 6) ใช้ KM สัญจร: พาไปเรียนรู้กับพื้นที่จริง ในบางประเด็นที่สำคัญและต้องการเรียนรู้จากพื้นที่จริง
- 7) จัด Co-Learning Space ใหญ่ประจำปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อสื่อสารผลงาน/ความรู้ ของ สสส. สู่อสังคมน
 - ภาคี คนทำงาน สสส. (สคส. – สำนักภาคี – สำนักนวัตกรรม เป็นเจ้าภาพ) เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้คนทำงานสร้างเสริมสุขภาวะ
 - ภาคประชาชน (ศูนย์การเรียนรู้ สสส. เป็นเจ้าภาพ) หนุนให้ภาคีจัด Knowledge Package ของตัวเองได้และได้ความรู้ที่จะสื่อถึงประชาชน ต้อง Simple, Logical, Practical

2. **Startupbootcamp Strategy** เป็นยุทธศาสตร์การเชื่อมและหนุนให้เกิดการ collaboration กันทางความคิด ความรู้ ทักษะ และความสามารถ เพื่อสร้างโครงการสร้างเสริมสุขภาวะดี ๆ ให้มากยิ่งขึ้น

- 1) Provide ข้อมูล/ความรู้ ที่มี จากการทำงานของ สสส.
- 2) ตั้งคำถาม/โยนประเด็นการสร้างเสริมสุขภาวะ ที่หลากหลาย
- 3) เปิด workshop/camp รับสมัครกลุ่มคนหรือโครงการ ที่อยากทำงานเพื่อพัฒนาสังคม เอาความสามารถ ความสร้างสรรค์ มาหาทาง collaboration กัน เพื่อสร้างโครงการใหม่ ๆ ดี ๆ เพื่อตอบโจทย์สร้างเสริมสุขภาวะให้สังคม