



**แผนการจัดการความรู้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา**



แผนการจัดการความรู้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

คำนำ

คณะวิทยาการจัดการ ได้จัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เพื่อสนับสนุน ส่งเสริม และกำกับติดตามการดำเนินงานด้านการบริหาร และการจัดการความรู้ของคณะวิทยาการจัดการ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับ แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

ฝ่ายการจัดการความรู้ จึงได้จัดทำแผนการจัดการความรู้ เพื่อส่งเสริมด้านการจัดการความรู้ และใช้เป็นแนวทางในการบริหารงาน โดยได้พิจารณาและกำหนดนโยบายขอบเขตการจัดการความรู้ เป้าหมาย กระบวนการ และจัดทำแผนให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม อันจะนำไปสู่ความสัมฤทธิ์ผลและเกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงาน ภายใต้ระบบการประกันคุณภาพ

คณะวิทยาการจัดการ
มกราคม 2566

สารบัญ

คำนำ.....	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ข้อมูลพื้นฐานของคณะวิทยาการจัดการ	1
ประวัติของคณะวิทยาการจัดการ	1
ปรัชญาของคณะวิทยาการจัดการ	2
อัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ	2
วิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการ	2
คำนิยามวิสัยทัศน์.....	3
อัตลักษณ์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ.....	3
สีประจำคณะ	3
ดอกไม้ประจำคณะ.....	3
โครงสร้างการบริหารของคณะวิทยาการจัดการ.....	4
หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน	5
จำนวนนักศึกษา.....	5
ข้อมูลด้านงบประมาณ.....	6
วิสัยทัศน์	7
ยุทธศาสตร์การพัฒนา	7
อัตลักษณ์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ.....	7
ประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ของคณะวิทยาการจัดการ	7
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 อารงศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	7
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการผลิตบัณฑิตเป็นผู้ประกอบการและผู้มีสมรรถนะสูงในวิชาชีพ7	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นำพาคณะสู่ความสุขด้วยธรรมมาภิบาล	7
บทที่ 2 การจัดการความรู้.....	8
องค์ประกอบในการจัดการความรู้	8
กระบวนการจัดการความรู้ (KNOWLEDGE MANAGEMENT PROCESS).....	8
ขอบเขตและเป้าหมายของ KM.....	10

บทที่ 3 แผนการจัดการความรู้.....	11
ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย	11
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น.....	11
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู	11
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพทางการศึกษา	11
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	12
ประเด็นยุทธศาสตร์คณะวิทยาการจัดการ	12
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 อารงศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	12
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการผลิตบัณฑิตเป็นผู้ประกอบการและผู้มีสมรรถนะสูงในวิชาชีพ	12
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นำพาองค์กรสู่ความสุขด้วยธรรมาภิบาล	12
แผนการจัดการความรู้ (KM ACTION PLAN) คณะวิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2565 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566).....	13

บทที่ 1

บทนำ

ข้อมูลพื้นฐานของคณะวิทยาการจัดการ

ประวัติของคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตั้งอยู่ที่ 160 หมู่ 4 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เริ่มจากโปรแกรมสหกรณ์ สังกัดคณะวิทยาศาสตร์ จนกระทั่งเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2528 ได้แยกตัวมาจัดตั้งเป็นคณะวิทยาการจัดการ เปิดสอนในสาขาวิชาการสหกรณ์ และสาขาวิชาการจัดการทั่วไป ซึ่งต่อมาภายหลังได้ปรับเปลี่ยนจากสาขาวิชาการสหกรณ์ เป็นเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ การบริหารคณะวิทยาการจัดการ ในระหว่างปี พ.ศ. 2528 - 2529 ได้เปิดสอนหลักสูตร ศิลปศาสตร์ระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี และปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) บริหารในรูปแบบของภาควิชา ซึ่งในขณะนั้นมี 5 ภาควิชา คือ

1. ภาควิชาการเงิน และการบัญชี
2. ภาควิชาการตลาด
3. ภาควิชาการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์
4. ภาควิชาบริหารธุรกิจ และสหกรณ์
5. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้มีการปรับปรุงรูปแบบการบริหารในสถาบันราชภัฏสงขลาเป็นโปรแกรมวิชา คณะวิทยาการจัดการมีโปรแกรมวิชาที่ดูแลดังนี้

1. โปรแกรมวิชาธุรกิจท่องเที่ยว หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับอนุปริญญา
2. โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา)
3. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา)
4. โปรแกรมศึกษาวารสารศาสตร์ และการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ระดับอนุปริญญา
5. โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับปริญญาตรี
6. โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับปริญญาตรี

เมื่อมีการปรับปรุงหลักสูตรของสถาบันราชภัฏในปี พ.ศ. 2543 คณะวิทยาการจัดการ มีโปรแกรมวิชาดังนี้

1. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ หลักสูตรสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) โดยมีแขนงต่างๆ ดังนี้ แขนงการตลาด แขนงการบัญชี แขนงการบริหารทรัพยากรมนุษย์
2. โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป หลักสูตรสาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา)

3. โปรแกรมวิชาวารสารศาสตร์ และการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับอนุปริญญา
 4. โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ หลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ระดับปริญญาตรี
 5. โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ หลักสูตรสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี
- เนื่องจากการเปิดรับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนต้องการรักษาคุณภาพการบริหารการเรียนการสอนในคณะให้ดีขึ้น เพราะต้องมีการประกันคุณภาพ และมาตรฐานโปรแกรม ในปี พ.ศ. 2546 จึงมีการปรับการบริหารภายในคณะ โดยแบ่งการบริหารงานวิชาการเป็นโปรแกรมวิชาดังนี้

1. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ การบัญชี
2. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ การตลาด
3. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป
4. โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์
5. โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
6. โปรแกรมวิชานิติศาสตร์
7. โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานให้อยู่ในรูปแบบหลักสูตร โดยมีหลักสูตรในสังกัดคณะวิทยาการจัดการ 9 หลักสูตร ดังนี้

1. หลักสูตรการบัญชีบัณฑิต
2. หลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาธุรกิจ
3. หลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
4. หลักสูตรการจัดการบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
6. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
7. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์
8. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
9. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า

ปรัชญาของคณะวิทยาการจัดการ

“สร้างคนดี มีคุณค่า เสริมปัญญา พัฒนาท้องถิ่น”

อัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ

“สร้างสรรค์นวัตกรรม ก้าวล้ำเทคโนโลยี มีจิตอาสา”

วิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการ

“ผู้นำในการสร้างผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ”

คำนิยามวิสัยทัศน์

ผู้นำ หมายถึง คณะวิทยาการจัดการเป็นหน่วยจัดการศึกษาต้นแบบในการผลิตบัณฑิต

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีรายได้แต่ไม่เป็นลูกจ้างในระบบการจ้างงาน

ท้องถิ่น หมายถึง ท้องถิ่นที่อยู่อาศัยของนักศึกษา

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้มีความรู้ ความชำนาญ ในงาน

อัตลักษณ์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

“สร้างสรรค์นวัตกรรม ก้าวล้ำเทคโนโลยี มีจิตอาสา”

สีประจำคณะ



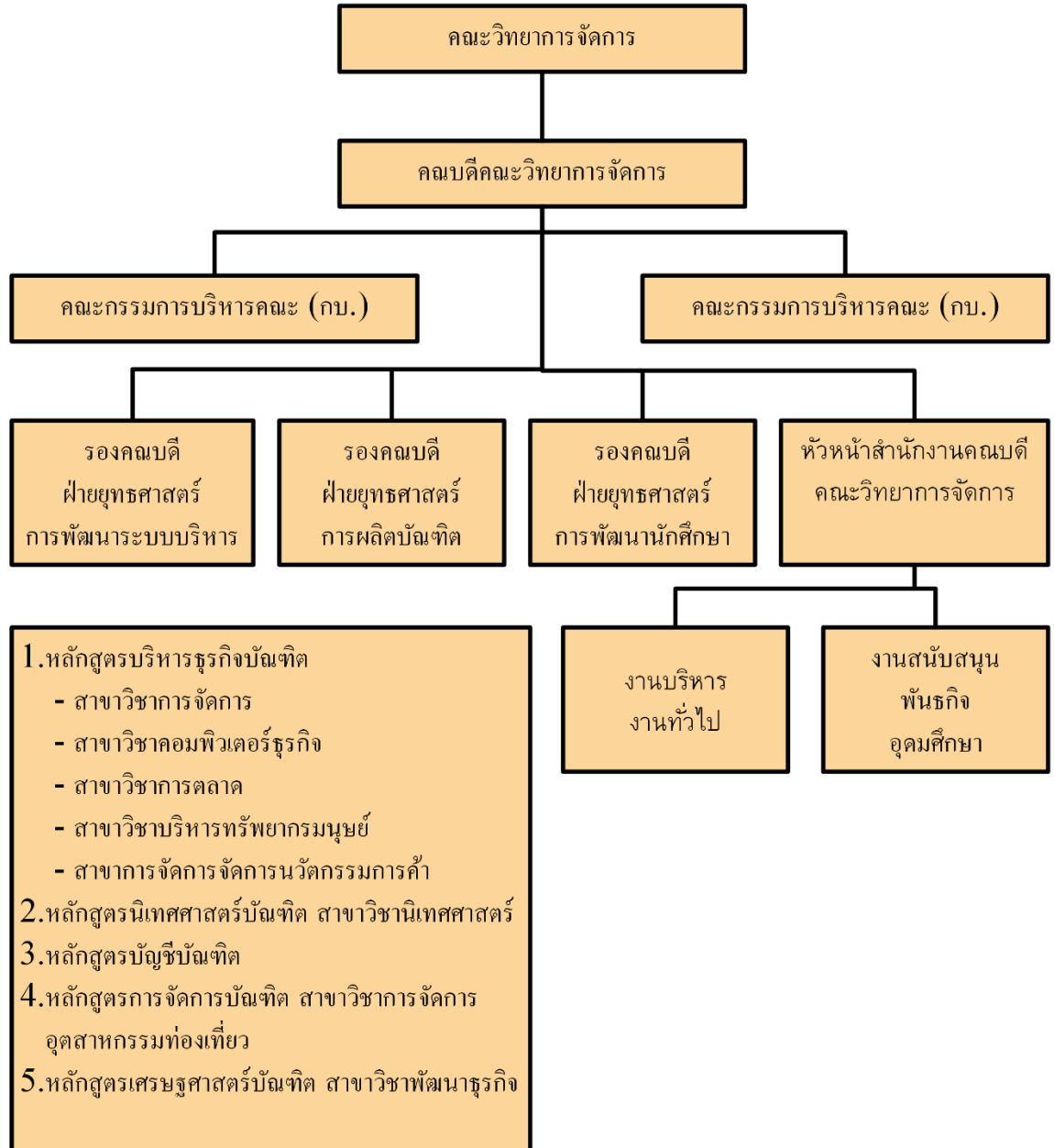
สีแสด

ดอกไม้ประจำคณะ



ดอกชบา

โครงสร้างการบริหารของคณะวิทยาการจัดการ



หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้จัดการเรียนการสอนในหลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 9 หลักสูตร ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 หลักสูตรและรายวิชาที่เปิดสอน

หลักสูตร/สาขาวิชา	ระดับการศึกษา		
	ปริญญาตรี	ป.บัณฑิต	ปริญญาโท
หลักสูตรการจัดการบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	✓	-	-
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	✓	-	-
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	✓	-	-
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	✓	-	-
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์	✓	-	-
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า	✓	-	-
หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต	✓	-	-
หลักสูตรบัญชีบัณฑิต	✓	-	-
หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาธุรกิจ	✓	-	-

จำนวนนักศึกษา

ปีการศึกษา พ.ศ. 2566 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มีนักศึกษาทั้งหมดทุกระดับการศึกษา จำนวน 2,803 คน ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนนักศึกษาแยกแต่ละหลักสูตร

หน่วยงาน/สาขาวิชา	วุฒิการศึกษา	หลักสูตร	ชั้นปี				รวม
			65	64	63	62	
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	
การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	กจ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	54	47	-	-	101

หน่วยงาน/สาขาวิชา	วุฒิการศึกษา	หลักสูตร	ชั้นปี				รวม
			65	64	63	62	
			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	
การจัดการท่องเที่ยว	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	-	-	130	107	237
การจัดการ	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	119	105	142	118	484
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	104	60	89	79	332
การตลาด	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	80	61	51	39	231
บริหารทรัพยากรมนุษย์	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	80	119	138	110	447
การจัดการนวัตกรรมการค้า	บธ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	24	9	31	23	87
นิเทศศาสตร์ (สื่อสารมวลชน)	นศ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	-	-	65	40	105
นิเทศศาสตร์	นศ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	123	79	-	-	202
บัญชี	บช.บ.	ป.ตรี 4 ปี	133	95	113	121	465
เศรษฐศาสตร์	ศ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	-	-	23	32	55
เศรษฐศาสตร์ (พัฒนาธุรกิจ)	ศ.บ.	ป.ตรี 4 ปี	34	26	-	-	60
รวม							2,803

ข้อมูลด้านงบประมาณ

ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านงบประมาณ

งบประมาณ	ปีงบประมาณ พ.ศ.2566		
	งบประมาณเงินรายได้	งบประมาณเงินรายได้	งบประมาณรายจ่าย
งบบุคลากร	2,497,872.-	1,201,824.-	-
งบดำเนินงาน	5,793,600.-	599,660.-	1,068,000.-
งบลงทุน	-	942,300.-	
งบเงินอุดหนุน	480,000.-	697,155.-	
งบรายจ่ายอื่น	663,700.-	649,810.-	
รวมทั้งสิ้น	9,435,172.-	8,388,784.-	1,068,000.-

วิสัยทัศน์

“ผู้นำในการสร้างผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ”

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. ผลิตบัณฑิตสู่การเป็นผู้ประกอบการและมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ
2. วิจัย พัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่น
3. บริการวิชาการเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการและหน่วยงานในท้องถิ่น
4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อมุ่งสู่การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
5. บริหารจัดการองค์กรให้มีคุณภาพและความสุขในการทำงาน ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

อัตลักษณ์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

“สร้างสรรค์นวัตกรรม ก้าวล้ำเทคโนโลยี มีจิตอาสา”

ประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ของคณะวิทยาการจัดการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 อารงศาสตร์พระราชทานเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

- Objective 1.1 การพัฒนานวัตกรรมในชุมชนเป้าหมาย
- Objective 1.2 บูรณาการความรู้ด้านศาสตร์ต่าง ๆ สู่ชุมชน
- Objective 1.3 ยกระดับคุณภาพชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่
- Objective 1.4 นำพระบรมราโชบายมาพัฒนาท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการผลิตบัณฑิตเป็นผู้ประกอบการและผู้มีสมรรถนะสูง ในวิชาชีพ

- Objective 2.1 พัฒนาบัณฑิตให้สามารถเป็นผู้ประกอบการและมีสมรรถนะในวิชาชีพทั้งทักษะ Hard Skills และ Soft Skills
- Objective 2.2 หลักสูตรที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม
- Objective 2.3 ความร่วมมือกับสถาบันและองค์กรในระดับชาติและนานาชาติ
- Objective 2.4 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิตสำหรับทุกคน
- Objective 2.5 บัณฑิตมีคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นำพาองค์กรสู่ความสุขด้วยธรรมาภิบาล

- Objective 3.1 สร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าในเส้นทางสายอาชีพของบุคลากร
- Objective 3.2 สร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา ทุนวิจัย บริการวิชาการ และอื่น ๆ

บทที่ 2

การจัดการความรู้

องค์ประกอบในการจัดการความรู้

1. คน - เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นทั้งแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้น การกระทำ KM จะต้องเน้นให้ความสำคัญที่องค์ประกอบนี้ ต้องรู้ว่าคุณมีความรู้อยู่ที่คน ๆ ไหน และคน ๆ นั้นเป็นอย่างไร เพื่อที่จะดึงความรู้จากบุคคลนั้นออกมาถ่ายทอดให้ได้
2. เทคโนโลยี - เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน และนำความรู้ไปใช้ได้อย่างง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีความถูกต้อง
3. กระบวนการความรู้ - เป็นการบริหารจัดการเพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้ใช้เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงและนวัตกรรม

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)

เป็นกระบวนการแบบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification)

- การค้นหาว่ามีความรู้อะไรบ้างในองค์กรที่มีผู้เกี่ยวข้องหรือลูกค้า (Stakeholder/C-Customer) ต้องการทราบแล้วพิจารณาว่าความรู้นั้นเป็นรูปแบบใด อยู่ที่ใครหรือความรู้อะไรบ้างที่องค์กรจำเป็นต้องมี
- การจัดลำดับความสำคัญของความรู้เหล่านั้น เพื่อองค์กรจะได้วางแผนขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (C-Cost)

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)

- การกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่อาจจะอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้ (C-Convenience)
- การจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ (C-Communication)
- การสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ เพื่อให้องค์กรมีความรู้ที่จำเป็นแต่ยังไม่มี

3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)

- การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น การจัดทำสารบัญ และจัดเก็บความรู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อการเก็บรวบรวม การค้นหา และการนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

- การแบ่งชนิดหรือประเภทของความรู้ โดยคำนึงถึงว่าผู้ใช้นำไปใช้อย่างไร และลักษณะการทำงานของบุคลากรเป็นแบบใด เช่น แบ่งตามความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของบุคลากร หัวข้อ/หัวเรื่อง หน้าที่/กระบวนการ ประเภทของผลิตภัณฑ์ บริการ ตลาด หรือกลุ่มลูกค้า เป็นต้น

4. การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement)

การประมวลผลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้ ซึ่งทำให้หลายลักษณะ เช่น

- จัดทำหรือปรับปรุงรูปแบบของเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ทำการป้อนข้อมูลการจัดเก็บ การค้นหา และการใช้ข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว
- การใช้ “ภาษา” เดียวกันทั้งองค์กร โดยจัดทำคำอธิบายศัพท์ของคำจำกัดความ ความหมายของคำต่าง ๆ ที่แต่ละสำนัก/ฝ่ายใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ความเข้าใจที่ตรงกัน
- การเรียบเรียง ตัดต่อ และปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพดีในแง่ต่าง ๆ เช่น ครบถ้วนเที่ยงตรง ทันสมัย สอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)

มีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้ เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยมีการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้ทั้ง 2 ลักษณะ คือ

- “Push” (การป้อนความรู้) คือ การส่งข้อมูลหรือความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ข่าวสารต่าง ๆ หรือข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการขององค์กร
- “Pull” (การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้เฉพาะข้อมูล หรือ ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งช่วยแก้ปัญหาการได้รับข้อมูลหรือความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing)

- มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยวิธีต่าง ๆ เช่น การจัดทำเอกสาร จัดทำฐานความรู้ หรือการจัดทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้
- มีการแบ่งปันความรู้ ประเภทความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งอาจใช้วิธีผสมผสานเพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก

7. การเรียนรู้ (Learning)

บุคลากรเกิดการเรียนรู้ ซึ่งอาจสังเกตได้จากความสามารถที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้ดีขึ้น หรือเกิดความรู้ใหม่ ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และนำไปสู่การทำให้องค์กรมีการบริการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ขอบเขตและเป้าหมายของ KM

ขอบเขตของ KM (KM Focus Areas) เป็นหัวข้อเรื่องกว้าง ๆ ของความรู้ที่จำเป็นและสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรที่จะนำมาดำเนินการจัดการความรู้ โดยจะส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ (Outcome) ขององค์กร และจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมาย KM (Desired State) ต่อไป

เป้าหมาย KM (Desired State) เป็นหัวข้อเรื่องของความรู้ที่จำเป็นและสอดคล้องกับขอบเขต KM ที่ได้เลือกมาจัดทำ และต้องสามารถวัดได้เป็นรูปธรรมที่มีต่อผลงาน (Output) ของบุคลากรในองค์กร หรืออาจจะมีผลต่อผลลัพธ์ (Outcome) ก็ได้ ซึ่งจะนำเป้าหมาย KM และขอบเขต KM มาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) ต่อไป

บทที่ 3

แผนการจัดการความรู้

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้ดำเนินการจัดการความรู้โดยยึดถือแนวทางการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา องค์กรประกอบที่ 5 การบริหารจัดการ ตัวบ่งชี้ที่ 5.2 การบริหารของคณะเพื่อการกำกับติดตามผลลัพธ์ตามพันธกิจและกลุ่มสถาบัน ข้อที่ 5 ค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีจากความรู้ทั้งที่มีอยู่ในตัวบุคคล ทักษะของผู้มีประสบการณ์ตรง และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ตามประเด็นความรู้ อย่างน้อยครอบคลุมพันธกิจด้านการผลิตบัณฑิตและด้านการวิจัย จัดเก็บอย่างเป็นระบบโดยเผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร และนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริง ซึ่งต้องครอบคลุมพันธกิจด้านการผลิตบัณฑิตและด้านการวิจัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ บุคลากรคณะวิทยาการจัดการ ซึ่งต้องนำแนวปฏิบัติที่ดีจากองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลทักษะของผู้มีประสบการณ์ตรง และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ตามประเด็นความรู้ จัดเก็บอย่างเป็นระบบโดยเผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร และนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริง

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

- Objective 1.1 นวัตกรรมชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย
- Objective 1.2 พัฒนาองค์ความรู้ที่ตอบโจทย์ความต้องการของพื้นที่
- Objective 1.3 ยกระดับคุณภาพโรงเรียนและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่
- Objective 1.4 มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระบรมราโชบาย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู

- Objective 2.1 พัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนและการยกระดับทักษะและสมรรถนะใหม่ของนักศึกษาและบัณฑิตครู
- Objective 2.2 ส่งเสริมการทำผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกับการศึกษา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพทางการศึกษา

- Objective 3.1 ใช้กระบวนการ “วิศวกรสังคม” เป็นกลไกการพัฒนา Soft Skills และคุณลักษณะของนักศึกษาและบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลง
- Objective 3.2 พัฒนาหลักสูตรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- Objective 3.3 เชื่อมโยงนานาชาติ สร้างความเป็นเลิศทางการศึกษาในสาขาที่มีฐานความเข้มแข็งและอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิสังคมของพื้นที่
- Objective 3.4 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิตสำหรับทุกคน

Objective 3.5 บัณฑิตมีคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับความต้องการ
กับชุมชนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

Objective 4.1 เสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพและสวัสดิการ

Objective 4.2 สร้างรายได้เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน และบริหาร
มหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์คณะวิทยาการจัดการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 อารังศาสตร์พระราชทานเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

Objective 1.1 การพัฒนานวัตกรรมในชุมชนเป้าหมาย

Objective 1.2 บูรณาการความรู้ด้านศาสตร์ต่าง ๆ สู่ชุมชน

Objective 1.3 ยกระดับคุณภาพชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่

Objective 1.4 นำพระบรมราโชบายมาพัฒนาท้องถิ่น

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการผลิตบัณฑิตเป็นผู้ประกอบการและผู้มีสมรรถนะสูง
ในวิชาชีพ**

Objective 2.1 พัฒนาบัณฑิตให้สามารถเป็นผู้ประกอบการและมีสมรรถนะใน
วิชาชีพทั้งทักษะ Hard Skills และ Soft Skills

Objective 2.2 หลักสูตรที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม

Objective 2.3 ความร่วมมือกับสถาบันและองค์กรในระดับชาติและนานาชาติ

Objective 2.4 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิตสำหรับทุกคน

Objective 2.5 บัณฑิตมีคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับความต้องการ
ของชุมชนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นำพาองค์กรสู่ความสุขด้วยธรรมาภิบาล

Objective 3.1 สร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าในเส้นทางสายอาชีพของ
บุคลากร

Objective 3.2 สร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา ทุนวิจัย บริการวิชาการ และ
อื่น ๆ

แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) คณะวิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2565 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566)

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1	การบ่งชี้ความรู้ 1.1 แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้	ต.ค. 2565	- คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ (คณะกรรมการตามพันธกิจคณะ)	1 คำสั่ง	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร	
	1.2 ประชุมคณะกรรมการจัดการความรู้เพื่อกำหนดประเด็นความรู้	ธ.ค. 2565	ประเด็นความรู้ครอบคลุมการผลิตบัณฑิต (การพัฒนาเทคนิคการเรียนการสอน ผลงานทางวิชาการ การพัฒนาศักยภาพสายวิชาการและสายสนับสนุน) และการวิจัย	อย่างน้อย 2 ประเด็น	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ		
2	การสร้างและแสวงหาความรู้ สังเคราะห์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี จัดอบรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้	ก.พ. 2566	- กิจกรรมอบรมตามประเด็นความรู้ - จำนวนครั้งของการเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้	- สังเคราะห์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี 2 เรื่อง - อบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง - อย่างน้อย 2 ครั้ง	คณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
3	<u>การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ</u> 3.1 ประชุม คณะกรรมการบริหารการจัดการความรู้ (KM) คณะเพื่อจัดระบบและหมวดหมู่องค์ความรู้ที่กำหนด	มี.ค. 2566	หมวดองค์ความรู้ในเรื่อง 1) การผลิตบัณฑิต เรื่องการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้การสอน 2) การวิจัย เรื่อง ผลงานทางวิชาการและการวิจัย 3) การพัฒนาบุคลากร เรื่อง การพัฒนาศักยภาพสายวิชาการและสายสนับสนุน	จำนวน 1 ชุด	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	
4	<u>การประมวลและกลั่นกรองความรู้</u> 4.1 ประชุม คณะกรรมการบริหารการจัดการความรู้ (KM) เพื่อประมวลและกลั่นกรองความรู้ที่กำหนด ร่วมกับฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	เม.ย.2566	ผลการประมวลกลั่นกรองความรู้	รายงานผลการกลั่นกรองความรู้ 1 รายงาน	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	คณะกรรมการจัดการความรู้ระดับคณะ	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการ ความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
5	<u>การเข้าถึงความรู้</u> 5.1 ประชาสัมพันธ์องค์ ความรู้ผ่านเว็บไซต์คณะ / เฟซบุค/สาร ประชาสัมพันธ์/ แอปพลิเคชันไลน์	เม.ย. - มิ.ย. 2566	แหล่งเรียนรู้	อย่างน้อย 1 แหล่ง	คณะกรรมการ จัดการความรู้ระดับ คณะ	คณะกรรมการ จัดการความรู้ ระดับคณะ	
6	การแบ่งปันและ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 6.1 จัดประชุม/อบรม การจัดการความรู้ให้กับ บุคลากรในคณะ/ มหาวิทยาลัย 6.2 จัดประชุม/อบรม/ สัมมนา ปฏิบัติการจัดการ ความรู้ด้านการเรียนการ สอนและการวิจัยให้กับ อาจารย์/บุคลากร/ นักศึกษา 6.3 จัดเวทีแลกเปลี่ยน เรียนรู้การจัดการความรู้	ธ.ค.65. - ก.ค. 2566	จำนวนครั้งของการประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้	อย่างน้อย 1 ครั้ง	คณาจารย์คณะ วิทยาการจัดการ	- คณบดี - รองคณบดี ฝ่ายบริหาร - คณะกรรมการ จัดการความรู้ ระดับคณะ	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการ ความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	ด้านการเรียนการสอน และการวิจัย (MGT TALK) เดือนละ 2 ครั้ง)						
7	<p>การเรียนรู้</p> <p>7.1 วิเคราะห์ความรู้จาก แนวปฏิบัติที่ดีจากแหล่ง ต่าง ๆ เช่น นวัตกรรมที่ ได้จากการจัดการความรู้ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ มหาวิทยาลัยและสังคม นำมาปรับใช้ให้เหมาะสม กับบริบทของหน่วยงานที่ เป็นกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>7.2 ขยายผลการปรับใช้ ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ประเด็นความรู้และ เป้าหมายของการจัดการ ความรู้ที่สอดคล้องกับ</p>	มี.ย. - ก.ค. 2566	<p>1.การพัฒนาศักยภาพการเรียน การสอน</p> <p>2.งานวิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มฯ (การเขียนบทความวิจัยเพื่อ ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร ระดับชาติหรือนานาชาติ)</p> <p>3.การพัฒนาบุคลากรทั้งสาย วิชาการและสายสนับสนุน จำนวน 5 คน</p>	<p>1. จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>2. จำนวน 5 เรื่อง</p> <p>3. จำนวน 5 คน</p>	คณาจารย์คณะ วิทยาการจัดการ	<p>- รองคณบดี ฝ่ายยุทธศาสตร์ การพัฒนา ระบบบริหาร</p> <p>- คณะกรรมการ จัดการความรู้ ระดับคณะ</p>	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการ ความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	แผนกลยุทธ์ด้านการผลิต บัณฑิตและด้านการวิจัย 7.3 สรุปผลสัมฤทธิ์ที่ เกิดขึ้นตามเป้าประสงค์ที่ กำหนดไว้ในประเด็น ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ ของมหาวิทยาลัยและ รายงานต่อผู้บริหาร						
8	การติดตาม ส่งเสริม สนับสนุน 8.1 คณะกรรมการจัดการ ความรู้ระดับคณะมีการ ติดตามการนำผลการเรียนรู้ ไปใช้	มี.ย. - ส.ค. 2566	จำนวนผลงาน	1. ติดตามการ พัฒนาศักยภาพ การเรียนการสอน และแนวปฏิบัติ ด้านสหกิจศึกษา 2. ติดตาม บทความวิจัยเพื่อ ตีพิมพ์เผยแพร่ใน วารสารระดับชาติ หรือนานาชาติ 3. ติดตามผลงาน การพัฒนางาน/	คณาจารย์คณะ วิทยาการจัดการ	- รองคณบดี ฝ่ายยุทธศาสตร์ การพัฒนา ระบบบริหาร - คณะกรรมการ จัดการความรู้ ระดับคณะ	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการ ความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
				และ ความก้าวหน้าทั้ง สายวิชาการและ สายสนับสนุน จำนวน 5 คน 4. การติดตามการ นำผลการวิจัยไปใช้ ประโยชน์หรือการ เผยแพร่ผลงานทาง วิชาการ			