

**สรุปองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์และปฏิบัติได้จริง  
ของกลุ่มชุมชนนักปฏิบัติ (CoPs) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568**

ชื่อกลุ่มชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice : CoP)	ส่งเสริมการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการ
ชื่อองค์ความรู้	โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการ
ประเภทขององค์ความรู้	<input type="checkbox"/> การจัดการเรียนการสอน <input type="checkbox"/> การวิจัย <input checked="" type="checkbox"/> การบริการวิชาการ <input type="checkbox"/> การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม <input type="checkbox"/> การบริหารจัดการ <input type="checkbox"/> การพัฒนากระบวนการ/งาน
ชื่อ-สกุล-ตำแหน่ง ผู้จัดทำ	

### 1. ที่มาและความสำคัญ

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชนตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาบัณฑิตที่มีคุณภาพและพร้อมทำงานจริงในภาคธุรกิจ การผลักดันความร่วมมือกับสถานประกอบการจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง เสริมสร้างทักษะวิชาชีพ และเข้าใจสภาพแวดล้อมการทำงานจริงในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ตลอดจนเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการได้สะท้อนความต้องการแรงงานและทักษะที่จำเป็น อันจะนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการยังเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงช่วยยกระดับคุณภาพบัณฑิต แต่ยังเป็นการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยในการบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน เกิดเป็นประโยชน์ร่วมทั้งต่อผู้เรียน ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษา อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนความรู้สู่สังคมและสร้างความรับผิดชอบต่อสาธารณะอย่างยั่งยืน

### 2. วัตถุประสงค์

- 1) ส่งเสริมความร่วมมือเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติกับสถานประกอบการ
- 2) เปิดโอกาสให้นักศึกษาเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงและพัฒนาทักษะวิชาชีพ
- 3) เพิ่มคุณภาพการบริการวิชาการแก่สังคมและภาคธุรกิจ
- 4) พัฒนากลไกความร่วมมือที่ยั่งยืนระหว่างมหาวิทยาลัยและสถานประกอบการ

### 3. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

3.1 การกำหนดองค์ความรู้หลักที่จำเป็นต่อการดำเนินงานและการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน และกำหนดเป้าหมายของการจัดการความรู้

กำหนดหัวข้อองค์ความรู้สำคัญที่เป็นรากฐาน ได้แก่ การจัดกิจกรรมบริการวิชาการและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และสร้างคุณค่าเชิงสังคมแก่ชุมชน

### 3.2 การเสาะแสวงหาความรู้ที่จำเป็น

ศึกษาตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จากองค์กรภายนอก หน่วยงานพันธมิตร รวมทั้งข้อมูลจากการวิจัย งานวิชาการ และเครือข่ายความร่วมมือในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่นำมาพัฒนาและปรับใช้ได้จริง

### 3.3 การปรับปรุง ดัดแปลง ความรู้บางส่วนให้เหมาะสมต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน

คัดเลือกและปรับปรุงองค์ความรู้ที่ได้มาให้สอดคล้องกับบริบทของวิทยาลัยและกลุ่มเป้าหมาย เช่น การออกแบบกิจกรรมบริการวิชาการให้เหมาะกับลักษณะนักศึกษาและความต้องการของสถานประกอบการ โดยยังคงรักษาแก่นสาระและคุณค่าของความรู้นั้นไว้

### 3.4 การนำความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริง

ดำเนินกิจกรรมหลากหลาย เช่น โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ การศึกษาดูงานในสถานประกอบการจริง การจัดสัมมนาเชิงบูรณาการ และการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อให้ความรู้ถูกถ่ายทอดและนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

3.5 การนำประสบการณ์จากการทำงาน และการประยุกต์ใช้ความรู้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสกัดออกมาเป็นขุมความรู้

เปิดพื้นที่ให้คณาจารย์ นักศึกษา และผู้แทนจากสถานประกอบการร่วมกันสะท้อนบทเรียน ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาสกัดเป็นองค์ความรู้ใหม่และต่อยอดเป็นแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมและทันสมัย

3.6 การกลั่นกรองและจัดเก็บองค์ความรู้อย่างเป็นระบบโดยถ่ายทอด เผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและใช้งาน

จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน คู่มือแนวปฏิบัติ และบันทึกองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ฐานข้อมูลของวิทยาลัย หรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ เพื่อให้บุคลากร นักศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าถึงได้ง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อเนื่อง

## 4. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

### 4.1 สภาพการปฏิบัติงานเดิม

การดำเนินกิจกรรมบริการวิชาการและความร่วมมือกับสถานประกอบการในอดีตยังมีลักษณะเป็นเพียงกิจกรรมเฉพาะครั้ง คราว เช่น การจัดอบรม การศึกษาดูงาน หรือการทำโครงการร่วมบางโอกาส ซึ่งขาดความต่อเนื่องและไม่มีการติดตามผลที่ชัดเจน ส่งผลให้การสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคธุรกิจยังไม่สามารถพัฒนาไปสู่การบูรณาการอย่างยั่งยืนได้

### 4.2 สภาพการปฏิบัติงานใหม่

ปัจจุบันได้มีการพัฒนากลไกความร่วมมือที่มีระบบและต่อเนื่องมากขึ้น เช่น การทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การจัดทำโครงการร่วมกับสถานประกอบการประจำปี และการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้เพื่อใช้ในการถ่ายทอดและขยายผล ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการในระยะยาว ทำให้กิจกรรมบริการวิชาการและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบ โปร่งใส และตอบโจทย์ทั้งภาคการศึกษาและภาคธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

## 5. เคล็ดลับ/เทคนิคพิเศษ (Tips and Tricks)

การดำเนินกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการใช้แนวคิด “Win-Win Partnership” เป็นหลักสำคัญ โดยเน้นการสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย สถานประกอบการได้รับโอกาสในการพัฒนาบุคลากรต้นแบบและ

สามารถคัดเลือกนักศึกษาที่มีศักยภาพเพื่อรองรับการจ้างงานในอนาคต ขณะที่มหาวิทยาลัยได้รับพื้นที่ในการจัดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติจริง ทำให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์และเสริมสร้างทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของหลักสูตรและบทบาทของมหาวิทยาลัยด้านบริการวิชาการ เคล็ดสำคัญในการดำเนินงานคือการเจรจาความร่วมมือโดยตั้งเป้าหมายร่วมกัน (Mutual Goals) การออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ทั้งด้านวิชาการและธุรกิจ การสื่อสารอย่างโปร่งใส และการสร้างระบบติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนาความร่วมมือให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

## 6. ผลของการดำเนินงาน (Output)

ผลจากการดำเนินงานก่อให้เกิดองค์ความรู้สำคัญ ได้แก่ วิธีการจัดกิจกรรมบริการวิชาการแบบมีส่วนร่วมและยั่งยืน รวมถึงแนวทางการพัฒนาหลักสูตรร่วมกับผู้ประกอบการ ซึ่งช่วยให้การเรียนการสอนและการบริการวิชาการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างแท้จริง องค์ความรู้ที่ได้ผ่านการกลั่นกรองโดยคณะกรรมการวิชาการและผู้เชี่ยวชาญจากสถานประกอบการ เพื่อให้มั่นใจว่ามีความถูกต้อง เหมาะสม และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ทั้งนี้ องค์ความรู้ที่สกัดได้ถูกจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบในเว็บไซต์ของวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน รวมทั้งฐานข้อมูลการจัดการความรู้ (KM) เพื่อให้บุคลากร นักศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกและต่อเนื่อง

## 7. การนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์และปฏิบัติได้จริงอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

องค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินงานสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน โดยช่วยเพิ่มคุณภาพบัณฑิตให้มีทักษะและประสบการณ์ตรงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถานประกอบการ และยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยในด้านการบริการวิชาการสู่สังคม นอกจากนี้ ยังถูกนำไปใช้จริงในการจัดโครงการต่าง ๆ เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม และกิจกรรมร่วมกับบริษัทพันธมิตร อาทิ DHL, FedEx และ Leo Global Logistics ซึ่งทำให้ผู้เรียนได้พัฒนาสมรรถนะอย่างรอบด้าน

เมื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ก่อนและหลังการนำองค์ความรู้ไปใช้ พบว่าก่อนหน้านี้กิจกรรมมีลักษณะไม่ต่อเนื่องและเป็นเพียงกิจกรรมเฉพาะครั้ง แต่ปัจจุบันมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้มีผลลัพธ์เป็นรูปธรรม เช่น จำนวนกิจกรรมที่เพิ่มขึ้น จำนวนผู้เข้าร่วมที่มากขึ้น และคุณภาพกิจกรรมที่ตอบโจทย์ทั้งสองฝ่ายมากกว่าเดิม ความยั่งยืนของการใช้ประโยชน์เกิดจากการบูรณาการองค์ความรู้เข้ากับแผนกลยุทธ์ของวิทยาลัย ควบคู่กับการสร้างระบบติดตามและประเมินผลที่ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอทุกปี

ในด้านการบรรลุเป้าหมาย พบว่าสามารถดำเนินงานได้ตรงตามตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่กำหนด เช่น การจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่าจำนวนครั้งที่วางแผนไว้ในแต่ละปี และได้รับระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากผู้เข้าร่วมไม่ต่ำกว่า 4.5 จาก 5 คะแนน แสดงให้เห็นว่าการจัดการองค์ความรู้ดังกล่าวไม่เพียงแต่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง แต่ยังเกิดผลลัพธ์ที่ต่อเนื่อง ยั่งยืน และสร้างคุณค่าเชิงประจักษ์ต่อทั้งนักศึกษา สถานประกอบการ และมหาวิทยาลัย

## 8. ผลกระทบที่เป็นประโยชน์ หรือการสร้างคุณค่า (ระบุผลกระทบที่เป็นประโยชน์หรือสร้างคุณค่า ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการทำงาน)

### 1. ด้านบุคลากร

- 1) อาจารย์ได้รับองค์ความรู้ใหม่และแนวทางการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการที่สามารถนำไปพัฒนารายวิชาได้จริง

- 2) นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติและเผชิญสถานการณ์จริงในภาคธุรกิจ เกิดการพัฒนาทักษะวิชาชีพและทักษะอ่อน (Soft Skills) เช่น การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
- 3) ผู้ประกอบการเองได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมพัฒนาหลักสูตร และได้เห็นศักยภาพของนักศึกษาที่อาจพัฒนาไปสู่การจ้างงานในอนาคต

## 2. ด้านกระบวนการ

- 1) วิทยาลัยมีระบบความร่วมมือกับสถานประกอบการที่ชัดเจนและยั่งยืน ผ่านการจัดทำ MOU/ข้อตกลงความร่วมมือและการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- 2) เกิดกระบวนการทำงานที่มีมาตรฐานและสามารถถ่ายทอดซ้ำได้ (Standardized Practice) ทำให้การจัดกิจกรรมบริการวิชาการมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 3) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำฐานความรู้ที่เป็นระบบ สามารถนำไปใช้ประโยชน์และต่อยอดงานในอนาคต

## 3. ด้านองค์กรและสังคม

- 1) มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นสถาบันการศึกษาที่ตอบโจทย์ภาคธุรกิจและสังคม
- 2) ชุมชนและภาคอุตสาหกรรมได้รับองค์ความรู้และบริการวิชาการที่ตรงตามความต้องการ เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย
- 3) สนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อน WIL/CWIE และการบริการวิชาการเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

## 9. นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการจัดการความรู้

นวัตกรรมนี้เกิดจากการบูรณาการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการในลักษณะ Co-Creation คือการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้และบริการวิชาการร่วมกัน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นเครื่องมือสนับสนุน เช่น การจัดอบรมออนไลน์ (Online Training) เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้ให้กับนักศึกษาและบุคลากรได้ในวงกว้าง และการจัดการศึกษาดูงานเสมือนจริง (Virtual Plant Tour) ที่ช่วยให้นักศึกษาได้สัมผัสกระบวนการทำงานจริงของสถานประกอบการผ่านระบบดิจิทัล โดยไม่ถูกจำกัดด้วยเวลาและสถานประเภทของนวัตกรรม

- 1) Process innovation นวัตกรรมกระบวนการ
- 2) Product innovation นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- 3) Service innovation นวัตกรรมระบบบริการ

## 10. สรุปการดำเนินการจัดการความรู้

### 10.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้และบริการวิชาการ
- 2) การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ นักศึกษา และผู้แทนจากสถานประกอบการในการออกแบบและดำเนินกิจกรรม
- 3) การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือ เช่น ระบบประชุมออนไลน์ แพลตฟอร์มการเรียนรู้ และ Virtual Plant Tour
- 4) เครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการที่เข้มแข็งและต่อเนื่อง ทำให้กิจกรรมมีความน่าเชื่อถือและยั่งยืน

## 10.2 ปัญหาและอุปสรรค

- 1) ข้อจำกัดด้านเวลาและความพร้อมของสถานประกอบการ ทำให้การจัดกิจกรรมบางครั้งต้องเลื่อนหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบ
- 2) งบประมาณสำหรับการจัดกิจกรรมและพัฒนาเครื่องมือดิจิทัลยังไม่เพียงพอในบางโครงการ
- 3) นักศึกษาบางส่วนขาดความพร้อมด้านทักษะดิจิทัล ทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องมือออนไลน์ได้เต็มที่
- 4) ความต่อเนื่องในการติดตามผลและประเมินผลหลังการจัดกิจกรรมยังต้องได้รับการปรับปรุง

## 11. การต่อยอดองค์ความรู้

องค์ความรู้ที่ได้สามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น/อบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับบุคลากรภายนอกและชุมชน เพิ่มช่องทางความร่วมมือกับสถานประกอบการรายใหม่ และพัฒนาฐานข้อมูล Best Practices เพื่อใช้เป็นต้นแบบการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการในอนาคต อีกทั้งยังสามารถขยายผลไปสู่ความร่วมมือระดับนานาชาติ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวกลาง

## 12. ผลงานวิจัยที่สนับสนุน

- 1) งานวิจัยด้าน Experiential Learning ที่ชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้เชิงปฏิบัติร่วมกับสถานประกอบการช่วยเพิ่มสมรรถนะบัณฑิตให้ตรงกับตลาดแรงงาน
- 2) งานวิจัยด้าน University-Industry Collaboration (UIC) ที่ยืนยันประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจต่อการยกระดับคุณภาพการศึกษา
- 3) บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น e-Learning, Virtual Reality และ Online Training