

แผนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Action Plan)

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2559

## แผนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Action Plan)

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2559

---

### หลักการและเหตุผลในการจัดทำแผนการจัดการความรู้

สืบเนื่องจากพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 11 กำหนดให้ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และมีการเรียนรู้ร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความรู้ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้เป็นไปตามแนวทางดังกล่าว ในปีการศึกษา 2558 วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบพันธกิจหลักของวิทยาลัยฯ ร่วมเป็นคณะกรรมการ เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมการจัดการความรู้ โดยมีหน้าที่วางแผนการดำเนินงาน การจัดการความรู้ด้านต่างๆของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ซึ่งในปีการศึกษา 2558 นี้ ได้พิจารณากำหนดนโยบาย ขอบเขตการจัดการความรู้ (KM Focus Area) เป้าหมาย และกระบวนการ และจัดทำแผนฯ ให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรมอันจะนำไปสู่สัมฤทธิ์ผล ในการดำเนินงานของวิทยาลัยฯ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแผนการดำเนินงานดังรายการต่อไปนี้

## นโยบายการจัดการความรู้

เพื่อให้การจัดการความรู้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จึงวางแนวนโยบายไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ในองค์กรเพื่อให้เกิดเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
2. สนับสนุนให้มีการประมวลความรู้ในองค์กรในด้านต่างๆเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อความถูกต้อง รวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น
3. ส่งเสริมให้ผู้บริหาร อาจารย์และพนักงานสายสนับสนุนวิชาการมีส่วนร่วมผลักดันการจัดการความรู้ในองค์กรและเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน
4. ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ให้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานปกติและสอดคล้องกับแผนการจัดการความรู้ในระดับมหาวิทยาลัย
5. ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างและเชื่อมโยงความรู้การจัดเก็บและเชื่อมโยงฐานข้อมูลความรู้
6. จัดระบบการติดตามประเมินผลการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

## ขอบเขตการจัดการความรู้ (KM Focus Area)

กำหนดขอบเขต การจัดการความรู้ที่สนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งหมดประกอบด้วย

1. ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการเรียนการสอน
2. ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร การเงิน พัสดุ บุคคล ชุมการ การวางแผนงาน
3. ความรู้เกี่ยวกับการวิจัย

## เป้าหมาย (Goal)

1. รวบรวมความรู้ประสบการณ์ที่เป็น Tacit Knowledge ในตัวบุคลากรของ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร สังคม และความรู้ที่เป็น Explicit Knowledge ที่มีอยู่ทั้งจากแหล่งความรู้ภายในและภายนอกองค์กร
2. จัดเวที กิจกรรม กระบวนการถ่ายทอดความรู้ในระหว่างบุคลากรทุกสายงาน
3. ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างระบบการจัดเก็บและให้มีการเข้าถึงโดยสะดวก
4. สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้

## ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

1. ผู้บริหารให้ความสำคัญในการจัดการความรู้และผลักดันกระบวนการสู่ภาคปฏิบัติให้ชัดเจน
2. การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย
3. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการพัฒนาต่อยอดที่ต่อเนื่อง
4. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้
5. มีกระบวนการวัดผล

## ประเด็นในการจัดการความรู้ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีการศึกษา 2559

วิทยาลัยฯ มุ่งดำเนินการจัดการความรู้เพื่อให้สามารถสนองตอบการปฏิบัติงานให้ภารกิจหลักของ วิทยาลัยฯ บรรลุเป้าหมาย คือกระบวนการและเทคนิคการทำงานการจัดการเรียนการสอน และการวิจัยซึ่งมี ผู้เกี่ยวข้องคือ นิสิต และอาจารย์ ดังนั้น ประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องจึงมี 2 หมวด คือ

1. ประเด็นความรู้เพื่อการสนับสนุนภารกิจด้านงานวิชาการ เช่น การจัดทำ มคอ. เทคนิคการสอน เทคนิค การจัดการในชั้นเรียน การเขียนแผนการสอน การจัดเอกสารประกอบการสอน การเขียนตำรา การ จัดทำหลักสูตร เป็นต้น

2. ประเด็นความรู้เพื่อการสนับสนุนภารกิจด้านงานวิจัย เช่น การเขียนโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนทุนวิจัย แหล่งทุนวิจัย การทำวิจัยประเภทต่างๆ เป็นต้น

### **การดำเนินงาน**

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ดำเนินการจัดทำระบบการจัดการความรู้โดยใช้หลักการของกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) และกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process) ดังนี้

#### **กระบวนการจัดการความรู้ (KM Process)**

มีกิจกรรมหลัก ได้แก่

1. กิจกรรมการบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้
2. กิจกรรมการจัดความรู้ให้เป็นระบบ ประมวลและกลั่นกรองความรู้
3. กิจกรรมเข้าถึงความรู้ แบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้

#### **กระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process)**

เป็นการศึกษา เรียนรู้ และทำความเข้าใจกับเครื่องมือหนึ่งในกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process) ได้แก่

1. การเตรียมการและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม
2. การสื่อสาร
3. กระบวนการและเครื่องมือ
4. การเรียนรู้
5. การวัดผล
6. การยกย่องชมเชยและการให้รางวัล

**แผนดำเนินงานการจัดการความรู้ (Knowledge Management Action Plan)**  
**วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2559**

กิจกรรม	หน่วยวัด	เกณฑ์	ระยะเวลา (สิงหาคม พ.ศ. 2559 – กันยายน 2560)														ผู้รับผิดชอบ
			ส.ค.	ก.ย.	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. แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนการจัดการความรู้	ครั้ง	1															คณบดี
2. จัดประชุมร่วมคณะกรรมการจัดการความรู้ของหน่วยงาน กำหนดผู้รับผิดชอบ การจัดทำ/พัฒนาฐานข้อมูล และนำเสนอแผนปฏิบัติการต่อคณะกรรมการบริหารวิทยาลัย	ครั้ง	3															คณะกรรมการ KM
3. ติดตามการนำความรู้จากการจัดการความรู้ ประจำปีการศึกษา 2558 ไปใช้ในการทำงานโดยบุคลากร	ครั้ง	1															คณะกรรมการ KM
4. จัดกิจกรรมการบ่งชี้ความรู้การสร้างและแสวงหาความรู้ รวมทั้งแบ่งปันแลกเปลี่ยน เรียนรู้	เรื่อง	3															คณะกรรมการ KM
5. รวบรวมความรู้ต่างๆ จากการจัดการความรู้เพื่อทำฐานข้อมูลการจัดการความรู้บนเว็บไซต์หรือส่งตรงสู่บุคลากรของวิทยาลัย	จำนวน ฐาน ข้อมูล	2															คณะกรรมการ KM
6. ติดตามการนำความรู้จากการจัดการความรู้ประจำปีการศึกษา 2559 ไปใช้ในการทำงานโดยบุคลากร	ครั้ง	1															คณะกรรมการ KM

กิจกรรมการจัดการจัดการความรู้ สำหรับบุคลากรฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีการศึกษา พ.ศ. 2559

ยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน : ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการเรียนรู้อเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ

ประเด็นการจัดการความรู้ (KM Theme) : เทคนิคการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน

- ตัวชี้วัด : 1) การเข้าร่วมโครงการของบุคลากรฝ่ายวิชาการ  
2) ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

- เป้าหมาย : 1) บุคลากรฝ่ายวิชาการเข้าร่วมโครงการและแลกเปลี่ยนประสบการณ์  
2) ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ลำดับที่	กิจกรรม/โครงการ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
1	กิจกรรมการจัดการความรู้เรื่อง เทคนิคการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน	ประมาณเดือน มิ.ย. - ส.ค. 2559	บุคลากรสายวิชาการของ วิทยาลัยฯ จำนวน 38 คน	1. การเข้าร่วมโครงการของบุคลากร ฝ่ายวิชาการ 2. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จาก การแลกเปลี่ยนประสบการณ์	1. ร้อยละของจำนวน บุคลากรฝ่ายวิชาการ ที่ เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 70 2. ผลการประเมินการตาม วัตถุประสงค์ของ ผู้เข้าร่วมโครงการ มากกว่า 3.51

กิจกรรมการจัดการจัดการความรู้ สำหรับบุคลากรฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีการศึกษา พ.ศ. 2559

ยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน : ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการเรียนรู้เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ

ประเด็นการจัดการความรู้ (KM Theme) : งานวิจัยสร้างสรรค์

- ตัวชี้วัด : 1) การเข้าร่วมโครงการของบุคลากรฝ่ายวิชาการ  
2) ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

- เป้าหมาย : 1) บุคลากรฝ่ายวิชาการเข้าร่วมโครงการและแลกเปลี่ยนประสบการณ์  
2) ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ลำดับที่	กิจกรรม/โครงการ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
2	กิจกรรมการจัดการความรู้เรื่อง งานวิจัยสร้างสรรค์	ประมาณเดือน มิ.ย. – ส.ค. 2559	บุคลากรสายวิชาการของ วิทยาลัยฯ จำนวน 38 คน	3. การเข้าร่วมโครงการของบุคลากร ฝ่ายวิชาการ 4. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จาก การแลกเปลี่ยนประสบการณ์	3. ร้อยละของจำนวน บุคลากรฝ่ายวิชาการ ที่ เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 70 4. ผลการประเมินการตาม วัตถุประสงค์ของ ผู้เข้าร่วมโครงการ มากกว่า 3.51



**คณะผู้จัดทำ**

**ที่ปรึกษา**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

**บรรณาธิการและเรียบเรียง**

คณะกรรมการจัดการความรู้

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

**รวบรวมและจัดทำรูปเล่ม**

ฝ่ายวิชาการและวิจัย