

สรุปองค์ความรู้ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ด้านการบริการวิชาการ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2568

“เทคนิคการพัฒนางานบริการวิชาการและงานวิจัยเพื่อสร้างมูลค่าและรายได้ให้กับองค์กร”

ในปัจจุบัน งานบริการวิชาการและงานวิจัยไม่ควรหยุดอยู่เพียงการสร้างองค์ความรู้หรือผลงานทางวิชาการ แต่ควรมุ่งสู่การใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างคุณค่า มูลค่าเพิ่ม และรายได้ให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

การพัฒนางานให้เกิดผลลัพธ์ดังกล่าว ควรเริ่มจากการค้นหาโจทย์และความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอน FIND จากนั้นจึง MATCH หรือจับคู่โจทย์กับความเชี่ยวชาญของบุคลากรและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดทีมงานที่เหมาะสมในการพัฒนาแนวทางแก้ไข เมื่อได้ทีมและทิศทางที่ชัดเจนแล้ว จึงเข้าสู่ขั้น DEVELOP คือการวิจัย พัฒนา และสร้างต้นแบบในรูปของผลิตภัณฑ์ โปรแกรม ระบบ หรือบริการใหม่ ก่อนนำไป VALIDATE ผ่านการทดสอบ ประเมิน และรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ เพื่อยืนยันว่าผลงานนั้นใช้ได้จริงและตอบโจทย์อย่างแท้จริง หลังจากนั้นจึงเป็นขั้น TRANSFER หรือการถ่ายทอดสู่การใช้งานจริง ผ่านการอบรม การให้คำปรึกษา หรือการจัดทำคู่มือ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อผลงานเริ่มเกิดผลในทางปฏิบัติ องค์กรก็สามารถ COMMERCIALIZE หรือต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าและรายได้ เช่น การรับจ้างวิจัย งานที่ปรึกษา การวิเคราะห์ทดสอบ การถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงพาณิชย์ ในระยะยาว การดำเนินงานไม่ควรสิ้นสุดเพียงการส่งมอบผลงาน แต่ควร EXPAND หรือต่อยอดความร่วมมือ ผ่านการติดตามผล การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า และการพัฒนาโครงการต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำและความสัมพันธ์ระยะยาว

ในเชิงปฏิบัติ องค์กรสามารถเลือกใช้แนวทางที่เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น D-CREATE Model สำหรับงานวิจัยและที่ปรึกษา, P-DIGI Model สำหรับงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และโปรแกรม, A-TEST Model สำหรับงานวิเคราะห์ทดสอบ และ TRAIN-D Model สำหรับงานอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยทุกแนวทางล้วนมีจุดร่วมสำคัญคือการเริ่มจากความต้องการจริงของผู้ใช้ การทำงานร่วมกันอย่างมีส่วนร่วม และการมุ่งสู่ผลลัพธ์ที่ใช้ได้จริง

กล่าวโดยสรุป การพัฒนางานบริการวิชาการและงานวิจัยให้สามารถสร้างมูลค่าและรายได้แก่องค์กรได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ เริ่มจากการค้นหาโจทย์และความต้องการจริงของผู้ใช้ เชื่อมโยงกับความเชี่ยวชาญของบุคลากร พัฒนาและทดสอบแนวทางแก้ไขให้ใช้ได้จริง ถ่ายทอดสู่การนำไปใช้ประโยชน์ และต่อยอดสู่การสร้างรายได้และความร่วมมือระยะยาว หากดำเนินการได้อย่างครบวงจร งานบริการวิชาการและงานวิจัยจะไม่เพียงก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่า สร้างรายได้ เพิ่มขีดความสามารถขององค์กร และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต



CNBD Commercialization Best Practices Framework

แนวทางการพัฒนางานบริการวิชาการและงานวิจัย
เพื่อสร้างมูลค่าและรายได้ให้แก่องค์กร



"เปลี่ยนองค์ความรู้และงานวิจัย สู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน"

กรอบแนวคิด 7 ขั้นตอน

1 FIND

ค้นหาโจทย์จริงและโอกาส



ลงพื้นที่ รับฟังความต้องการ วิเคราะห์ปัญหา
และประเมินโอกาสทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ โจทย์/ปัญหาที่ชัดเจน
- ✓ โอกาสในการใช้ประโยชน์

2 MATCH

จับคู่โจทย์กับ
ความเชี่ยวชาญ



วิเคราะห์ความเชี่ยวชาญ จัดทีมผู้เชี่ยวชาญ
เชื่อมโยงเครือข่ายภายใน-ภายนอก
โดยมีศูนย์ความเป็นเลิศสนับสนุน

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ ทีมงานที่เหมาะสม
- ✓ แนวทางแก้ปัญหาที่ตรงจุด

3 DEVELOP

วิจัย พัฒนา
และสร้างต้นแบบ



วิจัยและพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์/โปรแกรม
วิเคราะห์ทดสอบ ออกแบบกระบวนการ
และสร้างต้นแบบ (Prototype)

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ นวัตกรรม/ต้นแบบ
- ✓ บริการหรือแนวทางพร้อมใช้

4 VALIDATE

ทดสอบและ
พิสูจน์ผล



ทดลองใช้งานจริง ทดสอบประสิทธิภาพ
รับข้อเสนอแนะ และยืนยันว่าใช้งานได้จริง

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ ผลลัพธ์ที่พิสูจน์แล้ว
- ✓ ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้

5 TRANSFER

ถ่ายทอดสู่การ
ใช้งานจริง



ถ่ายทอดเทคโนโลยี อบรม ให้คำปรึกษา
จัดทำคู่มือและมาตรฐานการใช้งาน

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ ผู้ใช้สามารถนำไปใช้ได้
- ✓ เกิดการใช้ประโยชน์จริง

6 COMMERCIALIZE

ขายเอาต์สู่
และรายได้



ถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
รับจ้างวิจัย ที่ปรึกษา วิเคราะห์ทดสอบ
ถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ เกิดรายได้
- ✓ เพิ่มมูลค่าและทรัพย์สินทางปัญญา

7 EXPAND

ต่อยอดความร่วมมือ
อย่างยั่งยืน



ติดตามผลการใช้ประโยชน์ จัดเก็บข้อมูลลูกค้า
ขยายเครือข่าย พัฒนางานระยะต่อเนื่อง
สร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์

ผลลัพธ์ที่ได้

- ✓ ความร่วมมือระยะยาว
- ✓ ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ และเติบโตอย่างยั่งยืน

บทบาทของศูนย์ความเป็นเลิศ (CNBD) : Innovation & Business Support Hub



พัฒนาธุรกิจ
และเครือข่าย



บริหารจัดการ
ลูกค้า (CRM)



พัฒนาข้อเสนอ
โครงการ



บริหารสัญญา
และการเงิน



การตลาดและ
สื่อสาร



ถ่ายทอดเทคโนโลยี
และจัดการ IP



สนับสนุนด้านเอกสาร
และงานธุรการ



เป้าหมายสูงสุด

สร้างคุณค่าให้สังคมและธุรกิจ เพิ่มรายได้ให้คนอย่างยั่งยืน ด้วยนวัตกรรมและความร่วมมือ
ที่ต่อเนื่องจากองค์ความรู้ของเรา



Best Practices รายด้าน

เครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนแต่ละประเภทบริการ

1

D-CREATE Model

การรับจ้างวิจัย วิจัยร่วม และที่ปรึกษา

D

Discover Real Demand

ค้นหาโจทย์และความต้องการที่แท้จริง

C

Co-design Proposal

ร่วมออกแบบข้อเสนอโครงการกับผู้ใช้ประโยชน์

R

Readiness Assessment

ประเมินความพร้อมของลูกค้าย่อยโครงการ

E

Execute

ดำเนินการร่วมกับทีมวิชาการ

และทีมสนับสนุนของศูนย์ความเป็นเลิศ

A

Apply & Demonstrate

สาธิต ทดลองใช้ และแสดงผลลัพธ์ที่จับต้องได้

T

Track & Support

ติดตามผล ให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหา

E

Extend to Partnership

ต่อยอดสู่ความร่วมมือระยะยาว

จุดเน้น



Co-Creation



Customer
Engagement



Long-term
Partnership

2

P-DIGI Model

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และโปรแกรม

P

Problem & Market Need

เข้าใจปัญหาและความต้องการของตลาด

D

Design with Users

ออกแบบร่วมกับผู้ใช้

I

Innovation Prototype

พัฒนาด้านนวัตกรรม

G

Generate Value

ทดสอบ สาธิต และถ่ายทอดเพื่อสร้างคุณค่า

I

Implement & Improve Continuously

นำไปใช้จริง ติดตามผล และปรับปรุงต่อเนื่อง

จุดเน้น



Market-driven
Innovation



User-centered
Design



Commercial
Development



3

A-TEST Model

การให้บริการวิเคราะห์ทดสอบ

A

Assess Customer Need

ประเมินความต้องการของลูกค้า

T

Test Planning & Technical Readiness

วางแผนการทดสอบและเตรียมความพร้อม

E

Execute with Quality System

ดำเนินการทดสอบด้วยระบบคุณภาพ

S

Summarize & Translate Results

สรุปและแปลความหมายผลลัพธ์

T

Transfer, Track & Extend

ส่งมอบผลลัพธ์ ติดตาม และต่อยอดบริการ

จุดเน้น



Quality
Assurance



Evidence-based
Decision



Business
Opportunity



4

TRAIN-D Model

การอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาโปรแกรม

T

Target Need

กำหนดความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

R

Readiness Analysis

วิเคราะห์ความพร้อมของผู้เรียน/องค์กร

A

Activity & Program Design

ออกแบบกิจกรรมและหลักสูตร

I

Implement with Expert Team

ดำเนินการอบรมโดยทีมผู้เชี่ยวชาญ

N

Nurture through Coaching

ให้คำปรึกษา ติดตาม และพัฒนา

D

Develop, Evaluate & Extend

ประเมินผล พัฒนาต่อ และต่อยอดบริการ

จุดเน้น



Practice-based
Learning



Coaching &
Mentoring



Revenue-generating
Training



ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)



เริ่มจาก
ความต้องการ



ร่วมออกแบบ
(Co-Creation)



ทำงานแบบ
สหสาขา



มีทีม/หน่วย
สนับสนุนที่ดี



เทคโนโลยีที่
เหมาะสม



ผลลัพธ์
วัดได้จริง



ติดตามผล
ต่อเนื่อง



ฐานข้อมูลลูกค้า
และโอกาส



ต่อยอดสร้างรายได้
อย่างยั่งยืน



Knowledge Statement

การพัฒนางานบริการวิชาการและงานวิจัยให้เกิดมูลค่าและรายได้ เริ่มจากโจทย์จริงของผู้ใช้ประโยชน์ พัฒนาร่วมกับทีมวิชาการและทีมสนับสนุนของศูนย์ความเป็นเลิศเป็นกลไกสำคัญ
ทดสอบและถ่ายทอดสู่การใช้งานจริง ติดตามผล และต่อยอดสร้างรายได้และความร่วมมือระยะยาว โดยมีศูนย์ความเป็นเลิศเป็นกลไกสำคัญ
ในการสนับสนุนด้านธุรกิจ การตลาด และการบริหารจัดการ

