

แบบฟอร์มการเสนอผลงานการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลงาน

1. ปีงบประมาณ 2569

2. ส่วนงาน (คณะ/วิทยาลัย/สำนัก/กอง ฯลฯ)

หมวดศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์

3. ชื่อผลงานการจัดการความรู้

“การจัดการความรู้การบูรณาการหลักสูตร Non-degree ร่วมกับ CWIE for Innovation เพื่อเพิ่มทักษะสมัยใหม่สู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมในสถานประกอบการสำหรับคณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและคณาจารย์ศึกษาทั่วไป”

4. ประเด็น KM ที่เกี่ยวข้อง (เลือกได้ 1 ข้อ)

☐ CoP1 การจัดการเรียนการสอน

☐ CoP2 วิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ

☐ CoP3 การจัดการองค์กรสมัยใหม่

☒ CoP4 หลักสูตรและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้

5. ประเด็นองค์ความรู้หลัก (Knowledge Topics)

องค์ความรู้หลักที่ได้จากการจัดการความรู้และมีความสอดคล้องโดยตรงกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

1. องค์ความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree Development) ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการคุณลักษณะด้าน Soft Skill ของแรงงานในยุคปัจจุบัน เพื่อนำมาออกแบบหลักสูตรระยะสั้นแบบไม่สะสมหน่วยกิต สำหรับการพัฒนาทักษะทางสังคมของผู้เรียน องค์ความรู้ส่วนนี้จะถูกขับเคลื่อนผ่าน องค์ความรู้ด้านการบูรณาการหลักสูตรร่วมกับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม (CWIE for Innovation) ซึ่งเป็นการยกระดับจากการฝึกงานในรูปแบบทั่วไป ไปสู่การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานจริงในสถานประกอบการ โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่นำโจทย์ปัญหาจริงเกี่ยวกับนักศึกษาที่ออกไปฝึกงานในภาคธุรกิจมาเป็นฐานในการออกแบบหลักสูตร non-degree เพื่อแก้ปัญหาช่องว่างทางทักษะทางสังคมของนักศึกษาและตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมรุ่นใหม่ได้อย่างตรงจุด

2. องค์ความรู้ในการขับเคลื่อนให้เกิดหลักสูตร Non-degree ที่อาจารย์ศึกษาทั่วไปสามารถทำได้ และจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านการปรับบทบาทของคณาจารย์ ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนหน้าที่ของอาจารย์ผู้สอนรายวิชาศึกษาทั่วไป จากเดิมที่เป็นเพียงผู้ส่งต่อความรู้ในห้องเรียน ไปสู่การเป็นที่ปรึกษาและเป็นโค้ช เพื่อคอยบ่มเพาะทักษะทางสังคม (Soft Skills) รวมถึงกระบวนการคิดเชิงนวัตกรรมให้แก่นักศึกษาในระหว่างการปฏิบัติงานจริง

3. องค์ความรู้ด้านระบบสนับสนุนและการสร้างนิเวศแห่งการเรียนรู้ (Learning Ecosystem & Tools) ซึ่งครอบคลุมทุกสมรรถนะของผู้เรียน/บัณฑิตที่ตลาดแรงงานพึงประสงค์ ตลอดจนการถอดความรู้ที่ได้ออกมาเป็นคู่มือ "กระบวนการและแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาหลักสูตร Non-degree เชื่อมโยงกับระบบ CWIE ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม" ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการแปลงนโยบายจากแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับคณะ เพื่อสร้างกำลังคนสมรรถนะสูงที่พร้อมตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบหลายช่วงวัยและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3-5 คำ Non-degree, CEWI, สถานประกอบการ

6. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และค่านิยมมหาวิทยาลัย

6.1 แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย/เป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้อง

แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ยุทธศาสตร์ที่ 1. สร้างความโดดเด่นเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สู้สังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษา

กลยุทธ์ 1.2 พัฒนาหลักสูตรสมรรถนะสูงรองรับการผลิตและพัฒนากำลังคนเพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

มาตรการ 1.2.2 พัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non degree) เพื่อผลิตกำลังคนที่มีสมรรถนะสูง ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบหลายช่วง (Multi Stage life)

แผนงาน 1.2.2.2 พัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree) ร่วมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่เพิ่มทักษะการเรียนรู้ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบหลายช่วง (Multi-Stage life)

6.2 ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผลงานสนับสนุน (ถ้ามี)

ระบุชื่อ KPI และหน่วยนับ-.....

ค่าเป้าหมายของ KPI (ปีงบประมาณนี้)-.....

7. สรุปสาระสำคัญของผลงาน (Executive Summary)

(สรุปที่มา วิธดำเนินการ และผลลัพธ์สำคัญ โดยย่อ 5-10 บรรทัด)

ที่มา: เกิดจากความท้าทายในยุคปัจจุบันที่โลกการทำงานเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดช่องว่างทางทักษะ โดยเฉพาะด้าน Soft skill ของบัณฑิตที่ไม่ตอบโจทย์ภาคอุตสาหกรรมจากผลการสะท้อนของผู้ประกอบการที่รับนักศึกษา CEWIE คณะจึงจัดกิจกรรม KM นี้เพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการออกแบบหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree) ที่ปิดช่องว่าง Soft Skill นั้น เพื่อการผลิตบัณฑิตที่มีศักยภาพสูงและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

วิธีดำเนินการ (PDCA): (P) วิเคราะห์ความต้องการทักษะของตลาดแรงงานและวางแผนกิจกรรม KM (D) จัดเสวนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4 หัวข้อ ได้แก่ ทำความเข้าใจ CWIE, การขับเคลื่อนนวัตกรรม (CWIE for Innovation), การพัฒนาหลักสูตร Non-degree และการปรับบทบาทอาจารย์เป็น Mentor/Coach (C) ตรวจสอบความสอดคล้องของร่างหลักสูตรร่วมและ ประเมินทักษะการสอนของคณาจารย์ (A) ถอดบทเรียนจัดทำ KM คาดหวังการขยายผลสู่สาขาวิชาอื่น

ผลลัพธ์สำคัญ: คณาจารย์เข้าใจกลไกการทำหลักสูตร Non-degree ที่ได้มาจากประสบการณ์ CWIE ของนักศึกษาและ feedback จากผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม มีการปรับวิธีสอนสู่การโค้ชและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจัดการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อ สร้างความพร้อมในการทำงานให้แก่บัณฑิตอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS Model Canvas		ชื่อผลงาน		หน่วยงาน	
คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP)	กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS)	กิจกรรมหลัก KM (KA)	ทรัพยากรหลัก KM (KR)	คู่ความร่วมมือ KM (KP)	
- แก้ปัญหาช่องว่างทางทักษะทางสังคม (Soft Skill Gap) ของนักศึกษาให้ตรงจุดตามความต้องการของภาคธุรกิจ - ช่วยยกระดับคณาจารย์ให้เข้าใจระบบ CWIE for Innovation เพื่อเปลี่ยนบทบาทเป็นที่ปรึกษาและโค้ชนวัตกรรม - ได้แนวปฏิบัติที่ดีและคู่มือมาตรฐานในการบูรณาการหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree) ร่วมกับระบบ CWIE	- คณาจารย์ผู้สอนรายวิชาศึกษาทั่วไป (General Education: GE) - นักศึกษาของคณะศิลปศาสตร์และผู้ที่เรียนที่ต้องการ Reskill/Upskill - สถานประกอบการ/ภาคธุรกิจรุ่นใหม่ที่เป็นพันธมิตร	P (วางแผน): วิเคราะห์ความต้องการของตลาดแรงงาน สํารวจทักษะจำเป็น วางเป้าหมายการเรียนรู้ และจัดทำแผนกิจกรรม CoP D (ดำเนินงาน): จัดเวทีเสวนา/ปฏิบัติการ 4 หัวข้อหลัก (ทำความเข้าใจ CWIE, CWIE for Innovation, ออกแบบ Non-degree, และบทบาท Mentor/Coach) C (ตรวจสอบ): ประเมินความสอดคล้องของร่างหลักสูตรร่วมกับสถานประกอบการ นิเทศและติดตามผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา/คณาจารย์ A (ปรับปรุง): ถอดบทเรียนเพื่อจัดทำคู่มือมาตรฐาน "การจัดทำหลักสูตร Non-degree x CWIE" และขยายผลโมเดลการเรียนรู้ข้ามศาสตร์	บุคลากรแกนนำ/ทีมงานจัดการความรู้ (เช่น หัวหน้าทีมและผู้ร่วมดำเนินการรวม 4 ท่าน)	- สถานประกอบการ/ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมรุ่นใหม่ที่เป็นภาคีเครือข่าย - ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ และเครือข่ายหลักสูตรต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย	
	ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH)		ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR)		
	- เวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกิจกรรมกลุ่ม CoP (Community of Practice) ในคณะ - เอกสารเผยแพร่ "การจัดทำหลักสูตร Non-degree x CWIE"		- การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผ่านการจัดเวทีพบปะแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง - การเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) และการให้คำปรึกษา (Coaching) ระหว่างกลุ่มคณาจารย์ - การประสานงานและรับฟังข้อเสนอคิด (Feedback) อย่างใกล้ชิดจากผู้ประกอบการพันธมิตร		
ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost)		ตัววัดความสำเร็จ (Rev)		สินทรัพย์ความรู้ (KT)	
- ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมเสวนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และประชุมกลุ่ม CoP - ค่าใช้จ่ายในการจัดทำ ออกแบบ และผลิตคู่มือแนวปฏิบัติมาตรฐานของคณะ - ต้นทุนเวลาของคณาจารย์ในการเข้าร่วมถอดบทเรียน และการพัฒนาระบบนิเทศออนไลน์ (LMS)		- คณาจารย์ร้อยละ 80 (หรือเป้าหมายตัวชี้วัดโครงการร้อยละ 70) มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำความรู้ CWIE ไปประยุกต์ออกแบบหลักสูตรระยะสั้นได้ - มีคู่มือแนวปฏิบัติมาตรฐาน "การจัดทำหลักสูตร Non-degree x CWIE" จำนวน 1 ฉบับ - นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์โครงงานนวัตกรรมที่ผ่านเกณฑ์ประเมินและตอบโจทย์สถานประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ		- องค์ความรู้ (Knowledge Topics) 3 ด้านหลัก ได้แก่: - ด้านการออกแบบพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree Development) และการบูรณาการร่วมกับภาคธุรกิจ (CWIE for Innovation) - ด้านการปรับเปลี่ยนบทบาทคณาจารย์ไปสู่การเป็นที่ปรึกษาและโค้ชนวัตกรรม (Mentor & Coach) - ด้านการบริหารระบบสนับสนุนและนิเวศแห่งการเรียนรู้ (LMS & Competency-based Assessment) - คลังโจทย์ปัญหานวัตกรรมจากสถานประกอบการจริง	

ส่วนที่ 4 เอกสาร/หลักฐานประกอบ

- ☒ สไลด์/โปสเตอร์นำเสนอผลงาน
- ☒ รูปถ่ายกิจกรรม/กระบวนการ KM
- ☐ คู่มือ/แนวปฏิบัติ/เอกสาร SOP
- ☐ รายงานผลการประเมิน/สถิติ/แบบสอบถาม
- ☒ วิดีโอ/ลิงก์สื่อออนไลน์
- ☐ อื่น ๆ ระบุ

ส่วนที่ 5 ผู้นำเสนอผลงาน / ผู้ประสานงาน / ผู้บังคับบัญชาลงนาม

5.1 ผู้นำเสนอผลงาน / ผู้ประสานงานหลัก

1. ชื่อ-สกุล นางสาววิลาสินี สุขกา
ตำแหน่ง อาจารย์
โทรศัพท์ 092-2585637 E-mail : vilasinee.s@rmutsv.ac.th
2. ชื่อ-สกุล ผศ.ดร. มนัสสวาส กุลวงศ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
โทรศัพท์ 081-4932529 E-mail : manassawas.k@rmutsv.ac.th
3. ชื่อ-สกุล ผศ.ว่าที่ ร.ต. หญิงจุฑาภา เทพวรรณ
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
โทรศัพท์ 086-2979138 E-mail: jutada.t@rmutsv.ac.th
4. ชื่อ-สกุล ผศ.ดร. อำไพ หมั่นสิทธิ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
โทรศัพท์ 083-4257575 E-mail: ampai.m@rmutsv.ac.th

ลงชื่อ



ผู้เสนอผลงาน

(นางสาววิลาสินี สุขกา)

ตำแหน่ง อาจารย์

วันที่ 17 กรกฎาคม 2569

5.2 ความเห็นผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้เสนอผลงานฉบับนี้เข้าร่วมกิจกรรม/ประกวดผลงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ

.....
(.....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ โสมณี.....)

ตำแหน่งคณบดีคณะศิลปศาสตร์.....

วันที่17 กรกฎาคม 2569.....

ผู้บังคับบัญชา

คำนิยาม

1. คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP : Value Propositions) คือ การอธิบายว่า “ผลงาน KM นี้ช่วยแก้ปัญหาอะไร และทำให้สิ่งใดดีขึ้น” สำหรับผู้รับประโยชน์และมหาวิทยาลัย เช่น ทำให้คุณภาพผู้เรียนดีขึ้น งานบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้นทุนลดลง หรือสร้างรายได้/ภาพลักษณ์เพิ่มขึ้น ควรเขียนให้เห็นทั้งผลลัพธ์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และถ้าเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย หรือ KPI ได้ให้ระบุไว้ด้วย
2. กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS : Customer Segments) คือ การระบุ “ใครได้ประโยชน์จากองค์ความรู้นี้โดยตรง” เช่น นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน ผู้ใช้บัณฑิต ชุมชนท้องถิ่น หรือภาคอุตสาหกรรม ให้ระบุกลุ่มหลัก ๆ พร้อมลักษณะ/ความต้องการสำคัญของแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เห็นว่าผลงาน KM ถูกออกแบบมาตอบโจทย์ใครเป็นพิเศษ
3. กิจกรรมหลัก KM (KA : Key Activities) คือ กิจกรรมหรือกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดและใช้ความรู้ที่แท้จริง เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (CoP), เว็กร่วม, การศึกษาดูงาน, การจัดทำคู่มือ/มาตรฐานงาน, การทดลองใช้แนวปฏิบัติใหม่ และการสรุปบทเรียน (Lesson Learned) ควรเขียนให้เห็นลำดับคร่าว ๆ ว่าความรู้ถูกสร้าง-จัดเก็บ-เผยแพร่-นำไปใช้ อย่างไร
4. ทรัพยากรหลัก KM (KR : Key Resources) หมายถึง คน งบประมาณ เวลา ระบบดิจิทัล ข้อมูล เครื่องมือ หรือองค์ความรู้เดิมที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน KM เช่น ทีมอาจารย์และบุคลากรหลัก ระบบฐานข้อมูล/แพลตฟอร์มดิจิทัล ห้องปฏิบัติการ อุปกรณ์เฉพาะทาง หรือชุดองค์ความรู้/คู่มือเดิมที่ใช้เป็นฐานให้พัฒนาเพิ่มเติม
5. คู่ความร่วมมือ KM (KP : Key Partners) คือ หน่วยงานหรือภาคีที่ “ร่วมสร้าง ร่วมใช้ หรือสนับสนุน” ความรู้ เช่น คณะ/วิทยาลัยอื่นในมหาวิทยาลัย หน่วยงานกลาง (สำนัก/กอง) สถานประกอบการภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น หรือเครือข่ายมหาวิทยาลัยพันธมิตร ควรระบุให้ชัดเจนว่าแต่ละภาคีสนับสนุนด้านใด (เช่น ให้ข้อมูล ให้พื้นที่ทดลอง ให้ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ)
6. ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH : Channels) คือ ช่องทางที่ใช้ “ส่งมอบ” หรือเผยแพร่ความรู้ให้ถึงผู้รับประโยชน์ เช่น RUTS KM Platform, คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯ (Shining Wisdom Knowledge Repository), เว็บไซต์/เพจหน่วยงาน ระบบ LMS รายวิชา, เวที KM Day, CoP Meeting, คู่มือ/เอกสาร หรือคลิปวิดีโอออนไลน์ ควรระบุทั้งช่องทางดิจิทัลและกิจกรรมพบปะจริง
7. ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR : Customer Relationships) คือ วิธีดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้รู้ให้ต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงส่งมอบความรู้ครั้งเดียวแล้วจบ เช่น การมีอาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ที่ปรึกษา (Mentor), การตั้งกลุ่ม Line/กลุ่มออนไลน์ สำหรับถาม-ตอบ, การจัดเวทีติดตามผลและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เป็นระยะ, การสำรวจความพึงพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุง KM
8. ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost : Cost Structure) คือ ทรัพยากรที่ใช้ไปในการดำเนินงาน KM ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เช่น งบประมาณโครงการ ค่าอบรม/วิทยากร ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าระบบเทคโนโลยี รวมถึงเวลาและภาระงานของบุคลากรที่เข้าร่วม ควรเขียนในมุม “ต้นทุนหลักที่ต้องคำนึงถึง” เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและวางแผนความคุ้มค่าในระยะยาว
9. ตัววัดความสำเร็จ (Rev : Results / Impact) คือ ตัวชี้วัดที่ใช้พิสูจน์ว่า KM ขึ้นนั้น “เกิดผลจริง” ทั้งต่อผลการดำเนินงานและต่อผู้รับประโยชน์ เช่น ร้อยละของผู้เรียนที่บรรลุ SLO, ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ, ระยะเวลาการให้บริการที่ลดลง, จำนวนข้อผิดพลาดที่ลดลง, รายได้/มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการใช้ความรู้ หรือจำนวนหน่วยงานที่นำแนวปฏิบัติไปใช้ต่อ ควรระบุทั้งเชิงปริมาณและตัวอย่างเชิงคุณภาพสำคัญ ๆ
10. สินทรัพย์ความรู้ (KT : Knowledge Assets & Transfer) คือ ผลลัพธ์ด้าน “องค์ความรู้ที่จับต้องได้” ซึ่งได้รับการกลั่นกรองและจัดรูปแบบ พร้อมให้คนอื่นนำไปใช้ได้ เช่น คู่มือปฏิบัติงาน (SOP), แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice), ชุดสไลด์/สื่อการสอน, วิดีโอสาธิต, แบบฟอร์ม/เทมเพลตมาตรฐาน, ชุดข้อมูลหรือรายงานสังเคราะห์ ตลอดจนการกำหนดวิธีถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ (อบรม, CoP, Online Course ฯลฯ) และการบันทึกเก็บไว้ใน คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯ (Shining Wisdom Knowledge Repository) เพื่อให้เข้าถึงและนำไปใช้ต่อได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

[1] มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2566). KU Knowledge Management: ระบบการจัดการความรู้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

<https://km.person.ku.ac.th/>

[2] มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กองการเจ้าหน้าที่. (2564). KU-KM Canvas Model [เอกสารประกอบกิจกรรม KU-KM Day ว่าด้วยการประยุกต์ Canvas Model ในการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[3] Zaidan, F. H. (2020). KMCanvas: Canvas da gestão do conhecimento (1st ed.). Consultoria Corporativa.