

รายงานการประชุมคณะกรรมการการจัดการองค์ความรู้ (KM) ด้านการเรียนการสอน  
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ  
ประชุมเพื่อจัดทำแผน (KM) ด้านการเรียนการสอน ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๖ ครั้งที่ ๔  
ในวันศุกร์ที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๗  
ผ่านระบบประชุมออนไลน์ (Zoom Meeting)  
เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๑.๐๐ น.

**ผู้เข้าร่วมกิจกรรม**

๑. อาจารย์กุลธิดา	มะลิซ้อน	ประธาน
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นवलลอ	อานามวัฒน์	กรรมการ
๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุไรวรรณ	ชาญชลยุทธ	กรรมการ
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลบัณฑิต	แสงดี	กรรมการ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทิพวรรณ	มีพึ้ง	กรรมการ
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงใจ	หนูเล็ก	กรรมการ
๗. อาจารย์กัญจน์ชญา	ชัยวิรัตน์นุกูล	กรรมการ
๘. อาจารย์บรรจงรัตน์	พรหมสุวรรณศิริ	กรรมการ
๙. อาจารย์อัศวิน	สี่ประสาน	กรรมการ
๑๐. อาจารย์ขจรจิตร	ชนะสาร	กรรมการ
๑๑. อาจารย์สัญญา	บริสุทธิ์	กรรมการ
๑๒. อาจารย์ทัศนีย์	สวนฉิมพลี	กรรมการ
๑๓. อาจารย์ณัฐกรณ์	กานคาน	กรรมการ
๑๔. อาจารย์สุนีย์	กุลกรีนธรรม	กรรมการ
๑๕. อาจารย์เกศินี	สีอนิ	กรรมการ
๑๖. อาจารย์เจษฎากร	จาวรรณ	กรรมการ
๑๗. อาจารย์ศनिया	พันธ์ศรี	กรรมการ
๑๘. อาจารย์ปริญดา	ลาภเจริญวงศ์	กรรมการ
๑๙. อาจารย์สุชาดา	ท้าวลอม	กรรมการ
๒๐. อาจารย์จิตาภา	อยู่รับสุข	กรรมการ
๒๑. นายอัยการ	แก้วล้อม	เลขานุการ

**เริ่มประชุม ๑๐.๐๐ น.**

**ระเบียบวาระที่ ๑ เทคนิคการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการ**

**วิทยากร ดร.ธนพล ศรีสุด กรรมการผู้จัดการ บริษัท เบทเทอ เทรตเดอร์ จำกัด**

ดร.ธนพล ศรีสุด บรรยายแบ่งปันประสบการณ์การส่งเสริมทักษะการขาย ให้กับคณาจารย์  
ผู้เข้าร่วม ประชุมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (KM) ด้านการเรียนการสอน ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๖  
ครั้งที่ ๔ โดย บริษัท เบทเทอ เทรตเดอร์ จำกัด เป็นผู้ผลิตเสื้อผ้า

ทั้งนี้ ดร.ธนพล ศรีสุด มีการเปิดหน้าร้านที่ประตูน้ำ กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการขาย  
สินค้า ในช่วงแรกจะเป็นการซื้อมาขายก่อน และภายหลังมีจำนวนการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะ

เป็นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จำมียอดการผลิตที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย ๖๕,๐๐๐ ตัวต่อเดือน ประมาณ ๒,๐๐๐ ถึง ๓,๐๐๐ ตัวต่อวัน โดยทางโรงงานมีการแบ่งไลน์การผลิตเป็น ๒ ไลน์การผลิตหลัก (Main production line) คือ

๑. การผลิตเสื้อ
๒. การผลิตกางเกง

หลังจากนั้นมีการสร้างแบรนด์ (Brand) ของตัวเองขึ้นมาในช่วงแรกจะเป็นการซื้อขายในแบบออฟไลน์ (Offline) โดยเป็นการผลิตเพื่อส่งพ่อค้าแม่ค้าในต่างจังหวัด หลังจากนั้นก็เริ่มเข้าไปขายตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในจังหวัดใหญ่

ในปัจจุบันตลาดมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมจากออฟไลน์เข้าสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าสามารถสร้างแบรนด์ (Brand) ของตัวเองขึ้นมาได้ แต่โรงงานไม่ได้เข้าถึงตลาดออนไลน์ในช่วงแรก จนได้รับผลกระทบหนักสุดในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (Covid-19) ที่การตลาดปรับมาเป็นรูปแบบออนไลน์ (Online) มากขึ้นทำให้ทางโรงงานได้รับผลกระทบอย่างหนัก ส่งผลให้โรงงานต้องทำการปรับตัวทำให้มีการติดต่อไปยังพ่อค้าแม่ค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในการขายในรูปแบบออนไลน์ (Online) ให้กับทางโรงงานและทางโรงงานจะเป็นผู้ผลิตสินค้าให้ ซึ่งมีผลตอบรับที่ดีขึ้นอย่างมาก แม้จะเป็นช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (Covid-19) ก็ยังสั่งซื้อสินค้าจากทางโรงงานเป็นจำนวนมากและต่อเนื่อง แต่ก็ยังไม่มากพอต่อความต้องการของโรงงาน

ดร.ธนพล ศรีสุต ได้มีโอกาสเข้ามาบรรยายให้กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเห็นว่าการเพิ่มทักษะทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ให้กับนักศึกษา เพราะมองเห็นถึงศักยภาพของนักศึกษา และเห็นว่าการตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นการขายจากทางหน้าร้าน ปรับเป็นการทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่า

โดย ดร.ธนพล ศรีสุต ได้ทำการแบ่งกลุ่มให้กับนักศึกษาที่เข้ารับฟังการบรรยายแบ่งกลุ่มจำนวนกลุ่มละประมาณ ๕ คน ให้นักศึกษาทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) โดยสิ่งที่นักศึกษาจะต้องรู้ในการทำการตลาดในรูปแบบออนไลน์ (Online Marketing) คือ

๑. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
๒. ช่องทางการขาย เช่น Facebook, Line Official Account, Instagram, TikTok ฯลฯ
๓. การทำสื่อประชาสัมพันธ์
๔. การทำคอนเทนต์ (Content)
๕. การจัดโปรโมชั่น (Promotion)
๖. การร่วมงานกับอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer)

ทั้งนี้ นักศึกษาไม่ต้องลงทุนในการซื้อสินค้า เพราะทาง ดร.ธนพล ศรีสุต ให้นักศึกษาใช้สินค้าจากทางโรงงาน เพื่อให้ให้นักศึกษา นำไปสร้างแบรนด์ (Brand) ของตนเอง ว่านักศึกษาสนใจจะขายสินค้าประเภทไหน และจะใช้ช่องทางไหนในการขายสินค้า โดยโรงงานจะส่งตัวอย่างสินค้าให้กับนักศึกษาทำการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และทำคอนเทนต์ (Content) เพื่อให้นักศึกษาสามารถขายสินค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของตนเอง การทำงานของนักศึกษาสามารถนำไปทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) กับหลายช่องทางตามที่นักศึกษามีความเชี่ยวชาญ

ทำให้นักศึกษามีการวางแผนเป็นลำดับขั้นและสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ รวมถึงเป็นการฝึกให้นักศึกษามีความกล้าแสดงออก กล้าคิด กล้าทำ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมถึงเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าของทางโรงงานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นอีกด้วย

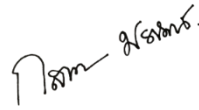
## ๒.๒ ข้อเสนอแนะ

คณาจารย์ผู้เข้าร่วมให้ความเห็นว่า การบรรยายของ ดร.ธนพล ศรีสุต มีความน่าสนใจที่จะนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน รวมถึงการขอความอนุเคราะห์ ดร.ธนพล ศรีสุต ในการเข้ามาบรรยายให้ความรู้กับนักศึกษาในอนาคต เนื่องจากอาจารย์หลายๆ ท่านมีความสนใจในการจัดทำ การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และนำมาปรับใช้ได้กับหลายสาขาวิชา เช่น สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ที่มองเห็นว่าสามารถนำมาปรับใช้และสามารถนำมาสร้างผลงานร่วมกันกับทาง ดร.ธนพล ศรีสุต รวมถึงสามารถสร้างความร่วมมือกันได้ในอนาคต

ปิดประชุมเวลา ๑๑.๐๐ น.



(นายอัยการ แก้วล้อม)  
ผู้บันทึกรายงานการประชุม



(นางสาวกุลธิดา มะลิซ้อน)  
ผู้ตรวจรายงานการประชุม