

แบบฟอร์มการเสนอผลงานการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลงาน

- ปีงบประมาณ 2569
- ส่วนงาน (คณะ/วิทยาลัย/สำนัก/กอง ฯลฯ)
กองบริหารงานบุคคล
- ชื่อผลงานการจัดการความรู้
การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการสื่อสารกฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคลให้บุคลากรเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
- ประเด็น KM ที่เกี่ยวข้อง (เลือกได้ 1 ข้อ)
 - ☐ CoP1 การจัดการเรียนการสอน
 - ☐ CoP2 วิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ
 - ☒ CoP3 การจัดการองค์ความรู้ใหม่
 - ☐ CoP4 หลักสูตรและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้
- ประเด็นองค์ความรู้หลัก (Knowledge Topics)
ด้านกฎ ระเบียบ และหลักเกณฑ์การบริหารงานบุคคล เน้นเพื่อให้เข้าใจในเนื้อหาได้ง่ายขึ้น ซึ่งแยกออกเป็น
 - งานทะเบียนประวัติและบำเหน็จความชอบ : เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนขั้นเงินเดือน
 - งานอัตราค่าจ้างและพัฒนาบุคลากร : การสรรหา คัดเลือก ลาศึกษา การโอนย้าย การขอกำหนดตำแหน่ง
 - งานนิติการ : ข้อควรระวัง วินัยร้ายแรง/ไม่ร้ายแรง แนวทางความประพฤติ และการร้องเรียนคำสำคัญ (Keywords)
 - การจัดการความรู้
 - การสื่อสารองค์ความรู้
 - การบริหารงานบุคคล
 - กฎ ระเบียบ และหลักเกณฑ์
 - คู่มือบุคลากร / ความรู้เข้าใจง่าย
- ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และค่านิยมมหาวิทยาลัย
 - 6.1 แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย/เป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้อง
การเป็นองค์กรสมัยใหม่และการพัฒนาการบริหารจัดการองค์ความรู้มีประสิทธิภาพ : การสื่อสารและสร้างความเข้าใจในกฎ ระเบียบ และเกณฑ์การบริหารงานบุคคล ช่วยลดความซ้ำซ้อน ความผิดพลาด และเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน
 - 6.2 ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผลงานสนับสนุน (ถ้ามี)
 - อัตราการเข้าถึงสื่อ KM ด้านกฎระเบียบ | หน่วยงาน: ร้อยละ (%)
 - อัตราการลดลงของเอกสาร/การทำผิดระเบียบปฏิบัติงาน | หน่วยงาน: ร้อยละ (%)

ค่าเป้าหมายของ KPI (ปีงบประมาณนี้)

ความพึงพอใจต่อสื่อและการสื่อสาร: บุคลากรมีความพึงพอใจต่อความง่ายในการเข้าใจและความน่าสนใจของสื่อ ไม่น้อยกว่า 85% (หรือระดับ 4.00 จาก 5.00)

7. สรุปสาระสำคัญของผลงาน (Executive Summary)

(สรุปที่มา วิธีดำเนินการ และผลลัพธ์สำคัญ โดยย่อ 5-10 บรรทัด)

การจัดการความรู้ (KM) นี้จัดทำขึ้นเพื่อแก้ปัญหาความซับซ้อนและการตีความที่คลาดเคลื่อนของกฎ ระเบียบ และหลักเกณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับองค์กรสมัยใหม่ ดำเนินการผ่านการย่อยองค์ความรู้หลักใน 4 มิติสำคัญ ได้แก่ การสรรหาและว่าจ้าง การเติบโตและความก้าวหน้า วินัยและจริยธรรม และสิทธิประโยชน์สวัสดิการ นำมาถ่ายทอดผ่านสื่อดิจิทัลที่เข้าใจง่าย เช่น คลิปวิดีโอสั้น เพื่อเปลี่ยนจาก "การแจ้งเพื่อทราบ" ไปสู่ "ความเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง" ผลลัพธ์ช่วยลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติตามระเบียบ เพิ่มความพึงพอใจของบุคลากร และสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารโปร่งใสที่ขับเคลื่อนองค์กรสู่ความทันสมัยอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS Model Canvas		ชื่อผลงาน การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารกฎ ระเบียบ และหลักเกณฑ์ด้านการ บริหารงานบุคคลสำหรับองค์กรสมัยใหม่		หน่วยงาน กองบริหารงานบุคคล	
คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP)	กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS)	กิจกรรมหลัก KM (KA)	ทรัพยากรหลัก KM (KR)	คู่ความร่วมมือ KM (KP)	
1. บุคลากรได้รับความรู้ความเข้าใจ เรื่องกฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ อย่างถูกต้อง ชัดเจน และเข้าถึงง่าย 2. ลดระยะเวลา ข้อผิดพลาด และเคส พิพาทในการปฏิบัติตามระเบียบการ บริหารงานบุคคล 3. เปลี่ยนเนื้อหาข้อกฎหมาย/ระเบียบ ที่ซับซ้อนให้กลายเป็นสื่อดิจิทัลที่ง่าย ง่าย เข้ากับพฤติกรรมคนทำงานยุคใหม่	1. บุคลากรใหม่ (สำหรับการสรรหา ว่าจ้าง และทดลองงาน) 2. บุคลากรปัจจุบันทุกระดับ/ทุกสาย งาน (วิชาการและสนับสนุน) 3. ผู้บริหารและหัวหน้างาน (สำหรับใช้ เกณฑ์ประเมินผล KPIs/OKRs และ การบริหารวินัย)	1. ถอดรหัสย่อยกฎ ระเบียบ HR ใน 4 ด้านหลัก (สรรหา/การเติบโต/ วินัย/สวัสดิการ) ให้เป็นภาษา คนทำงาน 2. ผลิตสื่อดิจิทัลรูปแบบใหม่ เช่น คลิปวิดีโอสั้น 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงรุก 4. ประเมินผลความเข้าใจ เก็บข้อมูล ข้อผิดพลาด เพื่อนำมาปรับปรุงสื่อ	1.องค์ความรู้ (Explicit Knowledge): กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ด้าน การบริหารงานบุคคล 2. ทักษะบุคลากร (Tacit Knowledge): ความเชี่ยวชาญ ของทีม HR ในการตีความกฎหมาย และทักษะการสรุปประเด็น/ทำสื่อ	1. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ (ช่วยเหลือด้านระบบ Intranet/ไอที) 2. งานประชาสัมพันธ์องค์กร (สนับสนุน การผลิตและกระจายสื่อ)	
	ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH)		ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR)		
	1. ระบบ Intranet / เว็บไซต์ หน่วยงาน / คลังความรู้ออนไลน์ 2. ช่องทางโซเชียลมีเดียภายใน เช่น LINE Official Account, Facebook		1. การสื่อสารแบบสองทาง (Two- way Communication) 2. การจัดกิจกรรมคลินิก HR ให้ คำปรึกษาแบบเป็นกันเอง (HR Advisory Service) 3. การรับฟัง Feedback และรับเรื่อง ร้องเรียนแบบเป็นลับ/โปร่งใส		

ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost)	ตัววัดความสำเร็จ (Rev)	สินทรัพย์ความรู้ (KT)
ไม่มีค่าใช้จ่าย	1. อัตราการเข้าถึงสื่อ KM: บุคลากรเข้าถึงสื่อไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. ความพึงพอใจ: ผลประเมินความพึงพอใจต่อสื่อและการสื่อสารไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 (คะแนนเฉลี่ย ≥ 4.00) 3. การลดข้อผิดพลาด: อัตราการทำผิดระเบียบปฏิบัติ/เอกสาร HR ผิดพลาดลดลงร้อยละ 50	1. คู่มือย่อยระเบียบปฏิบัติงานและสิทธิประโยชน์ฉบับประชาชน/คนทำงาน (Interactive E-book) 2. คลังสื่อดิจิทัล Infographic & Video Clip รวมกฎระเบียบ HR ที่พร้อมดึงไปใช้งานได้ทันที 3. ชุดคำถาม-คำตอบยอดฮิต (FAQ Database) สำหรับการตอบคำถามอัตโนมัติ

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 นายธีรรัชช์ แซ่ลื้อ

ตำแหน่ง บุคลากรปฏิบัติการ

โทรศัพท์ 074-317126

E-mail pongtap.s@rmutsv.ac.th

2. ชื่อ-สกุล นางสาวสุนิสา จุลนวล

ตำแหน่ง บุคลากร

โทรศัพท์ 074-317126

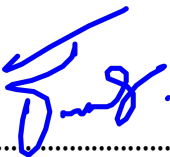
E-mail sunisa.c@rmutsv.ac.th

3. ชื่อ-สกุล นางสาวสรลชนา ธีราวุฒิ

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

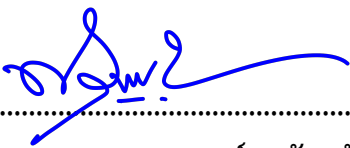
โทรศัพท์ 074-317145

E-mail saranchana.t@rmutsv.ac.th

ลงชื่อ  31/07/2569
15:12:31 +07'00'
DID-F8D41901B0 ผู้เสนอผลงาน
(นายธีรรัชช์ แซ่ลื้อ)
ตำแหน่ง บุคลากรปฏิบัติการ
วันที่ 31 กรกฎาคม 2569

5.2 ความเห็นผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้เสนอผลงานฉบับนี้เข้าร่วมกิจกรรม/ประกวดผลงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ  31/07/2569
16:55:17 +07'00'
DID-F65F5E6A0A ผู้บังคับบัญชา
(นางสฤณรัตน์ หมดหมั่น)
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองบริหารงานบุคคล
วันที่31 กรกฎาคม 2569.....

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 กิจกรรมหรือกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดและใช้ความรู้ที่จริง 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, คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯของมทร.ศรีวิชัย (Shining Wisdom Knowledge Repository), เว็บไซต์/เพจหน่วยงาน ระบบ LMS รายวิชา, เวที KM Day, CoP Meeting, คู่มือ/เอกสาร หรือคลิปวิดีโอออนไลน์ ควรระบุทั้งช่องทางดิจิทัลและกิจกรรมพบปะจริง
7. ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR : Customer Relationships) คือ วิธีดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้ความรู้ให้ต่อเนื่อง 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 คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯของมทร.ศรีวิชัย เพื่อให้เข้าถึงและนำไปใช้ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

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.