แบบฟอร์มการเสนอผลงานการจัดการความรู้
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลงาน

1. **ปีงบประมาณ 2569**
2. **ส่วนงาน (คณะ/วิทยาลัย/สำนัก/กอง ฯลฯ)**
   งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี
3. **ชื่อผลงานการจัดการความรู้**
   การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอสรุปรายงานกิจการประจำเดือนด้วยแพลตฟอร์ม Google AI Studio เพื่อขจัดข้อจำกัดทางเทคนิคและทรัพยากรบุคคล
4. **ประเด็น KM ที่เกี่ยวข้อง (เลือกได้ 1 ข้อ)**

   ☐ CoP1 การจัดการเรียนการสอน

   ☐ CoP2 วิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ

   ☑ CoP3 การจัดการองค์กรสมัยใหม่

   ☐ CoP4 หลักสูตรและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้

5. **ประเด็นองค์ความรู้หลัก (Knowledge Topics)**

   การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ระดับสูง (Google AI Studio) ในงานสื่อสารองค์กร, เทคนิคการคัดเลือกโมเดลเสียง (Voice Selection) และการควบคุมโทนเสียง (Tone Tuning) ให้เหมาะสมกับเนื้อหาทางการ

   คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3–5 คำ Google AI Studio, การกำหนดโทนเสียงบรรยาย, สรุปข่าวประจำเดือน, การลดขั้นตอนการทำงาน, องค์กรสมัยใหม่

6. **ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และค่านิยมมหาวิทยาลัย**

   6.1 แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย/เป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้อง

   การยกระดับการบริหารจัดการองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่และองค์กรดิจิทัล (Modern & Digital University)

   6.2 ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผลงานสนับสนุน (ถ้ามี)

   ระบุชื่อ KPI และหน่วยนับ .....

   ค่าเป้าหมายของ KPI (ปีงบประมาณนี้) .....

7. **สรุปสาระสำคัญของผลงาน (Executive Summary)**

   (สรุปที่มา วิธีดำเนินการ และผลลัพธ์สำคัญ โดยย่อ 5–10 บรรทัด)

   งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มีภารกิจผลิตสื่อวิดีโอสรุปรายงานกิจการและข่าวกิจกรรมเด่นรอบเดือนเพื่อนำเสนอในที่ประชุมสภามหาวิทยาลัย ครอบคลุมงานด้านวิชาการ วิจัย ความร่วมมือระหว่างประเทศ รางวัลเชิดชูเกียรติ และกิจกรรมนักศึกษา กระบวนการเดิมที่ใช้คนลงเสียงบรรยายประสบปัญหาข้อจำกัดหน้างาน ทั้งเรื่องมลภาวะเสียงรบกวนภายนอกเนื่องจากไม่มีห้องอัดมาตรฐาน ระดับความดังเสียงไม่เสถียร โทนเสียงเปลี่ยนไปไม่ต่อเนื่องเมื่อต้องแก้ไขงานในภายหลัง ข้อจำกัดในการออกเสียงคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และไม่สามารถปฏิบัติงานด่วนนอกเวลาราชการได้ หากต้องแก้ไขหรือเพิ่มเติมเนื้อหา คณะผู้จัดทำจึงได้นำแพลตฟอร์ม Google AI Studio มาปฏิรูปกระบวนการทำงาน โดยทำการสกัดองค์ความรู้ในการคัดเลือกโมเดลเสียงที่เหมาะสมและเทคนิคการกำหนดพารามิเตอร์เพื่อคุมโทนเสียงบรรยายให้มีความสุขุม นุ่มนวล และเป็น

ทางการ พร้อมจัดทำคู่มือมาตรฐาน (SOP) ผลลัพธ์พบว่าสามารถลดเวลาผลิตเสียงบรรยายลงกว่า 80% (เหลือไม่เกิน 1 ชั่วโมง) ไฟล์เสียงสะอาดบริสุทธิ์ไร้เสียงรบกวน 100% ควบคุมระดับความดังและโทนเสียงให้ต่อเนื่องแนบเนียนได้ทุกครั้งที่มีการแก้ไขงาน ยกระดับความคล่องตัวและมาตรฐานการผลิตสื่อองค์กรยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS Model Canvas	ชื่อผลงาน การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอสรุปรายงานกิจการประจำเดือนด้วยแพลตฟอร์ม *Google AI Studio* เพื่อขจัดข้อจำกัดทางเทคนิคและทรัพยากรบุคคล	หน่วยงาน งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มทร.ศรีวิชัย		
คุณค่า/ประโยชน์ **KM (VP)**	กลุ่มผู้รับประโยชน์ **(CS)**	กิจกรรมหลัก **KM (KA)**	ทรัพยากรหลัก **KM (KR)**	คู่ความร่วมมือ **KM (KP)**
1. ควบคุมอัตลักษณ์ทางเสียงได้สมบูรณ์แบบ: สามารถเลือกคาแรกเตอร์เสียงบรรยายจาก Google AI Studio และ ปรับแต่งกำหนดโทนเสียง (Tone & Mood) ให้มีความสุขุม นุ่มนวล และเป็นทางการ สอดคล้องกับบริบทการรายงานระดับสภาฯ ไม่ที่อเป็นหุ่นยนต์ 2. เสียงสะอาดและสม่ำเสมอ 100%: ขจัดปัญหาเสียงรบกวน (Noise) หน้างาน และควบคุมระดับความดัง-เบา (Gain) ให้คงที่ตลอดทั้งคลิปวิดีโอโดยอัตโนมัติ 3. รักษารอยต่อเสียงได้แนบเนียน (Perfect Continuity): เมื่อมีการสั่งปรับปรุงบทเพิ่มเติมในภายหลัง ระบบจะคงโทนเสียงและระดับเสียงเดิมไว้ 100% ทำให้งานแก้ไขลื่นไหล ไร้รอยต่อ 4. ทลายข้อจำกัดเวลาและภาษา: ปฏิบัติงานแก้ไขด่วนนอกเวลาราชการได้ทันที และให้สำเนียงภาษาอังกฤษในส่วนเนื้อหาความร่วมมือระหว่างประเทศ (MOU) ได้ถูกต้อง แม่นยำ และเป็นสากล	1. เจ้าหน้าที่ผู้ผลิตสื่อ/นักวิชาการโสตทัศนศึกษา: (นายธนากร และทีมงาน) สามารถทำงานได้อย่างอิสระ บริหารเวลาตัดต่อได้เอง 100% ไม่ติดปัญหาในขั้นตอนรอเสียงบรรยาย 2. ฝ่ายบริหารและหน่วยงานภายใน: ได้รับสื่อนำเสนอสรุปกิจการประจำเดือนที่เสร็จทันเวลา มีความยืดหยุ่นในการปรับแก้ข้อมูลที่ละเอียดอ่อนได้จนถึงนาทีสุดท้าย 3. คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย: ได้รับชมสื่อวิดีโอที่มีมาตรฐานการผลิตสูง มีความราบรื่นและเป็นมืออาชีพ **ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH)** 1. ช่องทางจัดเก็บและเรียนรู้ภายใน: RUTS KM Platform และ คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาราชมงคลศรีวิชัย 2. ช่องทางเครือข่ายองค์กร: กลุ่ม Line เครือข่ายประชาสัมพันธ์ มทร.ศรีวิชัย เพื่อแชร์เทคนิคสู่ระดับคณะ 3. เวทีแลกเปลี่ยนจริง: เวทีประกวดผลงานและแสดงนิทรรศการในงาน RUTS KM Day	1. การสกัดเทคนิคและการทดสอบระบบ: ทดลองใช้งานและคัดเลือก Voice Model ใน Google AI Studio เพื่อหาโทนเสียงบรรยายที่ดีที่สุดสำหรับมหาวิทยาลัย 2. การจัดทำมาตรฐานการทำงาน (SOP): เขียนคู่มือระบุขั้นตอนการตั้งค่า Parameter, ค่าความเร็ว, และโครงสร้างคำสั่งในการควบคุมโทนเสียงบรรยาย 3. การแบ่งปันและทบทวน (AAR): ประเมินคุณภาพความน่าฟังของเสียงหลังการเผยแพร่ เพื่อนำไปปรับปรุง Prompting เทคนิคในเดือนถัดไป	1. เทคโนโลยีดิจิทัลหลัก: แพลตฟอร์ม Google AI Studio (สำหรับเลือกเสียงและควบคุมโทนเสียงบรรยาย) 2. สินทรัพย์ความรู้ (Knowledge Assets): คู่มือ SOP การตั้งค่าระบบ 3. บุคลากรแกนนำ: ทีมงานประชาสัมพันธ์ (นายธนากร, นางวศินี, นางสาวอุทัยวรรณ) ผู้ทำหน้าที่คัดกรองบทและควบคุม AI 4. ฮาร์ดแวร์ทั่วไป: คอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กประสิทธิภาพมาตรฐาน (ทดแทนการใช้ห้องอัดเสียงและไมโครโฟนราคาแพง) **ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR)** 1. ระบบพี่เลี้ยงและที่ปรึกษา (Technical Mentoring): คณะผู้จัดทำพร้อมเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำแก่หน่วยงานภายในที่ต้องการใช้ Google AI Studio 2. Community Group: ตั้งช่องทางแชร์เทคนิคและชุดคำสั่ง (Prompts) ในการคุมโทนเสียง ร่วมกับนักประชาสัมพันธ์ระดับคณะ 3. การรับฟังความคิดเห็น: มีช่องทางรับ Feedback จากผู้ใช้สื่อนำเสนอ	1. หน่วยงานเจ้าของข้อมูลประจำเดือน: งานวิชาการ, สถาบันวิจัยและพัฒนา, กองวิเทศสัมพันธ์, กองพัฒนานักศึกษา และคณะต่างๆ 2. สำนักงานสภามหาวิทยาลัย: ร่วมประสานงานด้านกรอบเวลา (Timeline) วาระการประชุม และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาขั้นสุดท้าย

<table>
<tr><td colspan="2">ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS Model Canvas</td><td colspan="2">ชื่อผลงาน การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตสื่อวิดีโอสรุปรายงานกิจการประจำเดือน ด้วยแพลตฟอร์ม Google AI Studio เพื่อขจัดข้อจำกัดทางเทคนิคและทรัพยากรบุคคล</td><td colspan="2">หน่วยงาน งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มทร.ศรีวิชัย</td></tr>
<tr><td>คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP)</td><td>กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS)</td><td>กิจกรรมหลัก KM (KA)</td><td>ทรัพยากรหลัก KM (KR)</td><td>คู่ความร่วมมือ KM (KP)</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>เพื่อนำมาปรับจูนค่าโทนเสียงในระบบให้ดียิ่งขึ้น</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost)</td><td colspan="2">ตัววัดความสำเร็จ (Rev)</td><td>สินทรัพย์ความรู้ (KT)</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. ต้นทุนด้านไอที: ค่าทรัพยากร/โควตาการใช้งาน Google AI Studio (หากปรับใช้ในระดับสเกลใหญ่)
2. ต้นทุนเวลา: เวลาของทีมงานในการศึกษาเรียนรู้เทคนิคการ Prompting ปรับแต่งความเร็ว และสะสมคลังคำอ่านในช่วงเริ่มต้น</td><td colspan="2">1. เชิงปริมาณ: ระยะเวลาผลิตเสียงลดลง 80% (เหลือไม่เกิน 1 ชั่วโมง) / อัตราเสียงรบกวนภายนอกเจือปนเป็น 0% / งานเสร็จสมบูรณ์ทันรอบประชุมสภา 100% ทุกเดือน
2. เชิงคุณภาพ: โทนเสียงบรรยายมีความสุขุม นุ่มนวล และสม่ำเสมอไร้รอยต่อตลอดทั้งคลิป / เจ้าหน้าที่สามารถทำงานแก้งานด่วนนอกเวลาราชการจากที่ใดก็ได้ (Work from Anywhere)</td><td>1. คู่มือมาตรฐาน SOP: ขั้นตอนการใช้งาน Google AI Studio การเลือกโมเดลเสียง และการตั้งค่าพารามิเตอร์ควบคุมโทนเสียงบรรยายอย่างละเอียด
2. คลังความรู้ดิจิทัล: คลิปวิดีโอสาธิตการทำงาน จัดเก็บไว้ในคลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาราชมงคลศรีวิชัย เพื่อความยั่งยืนขององค์กร</td></tr>
</table>

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 นายธนากร สิทธิสาร**
   ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ
   โทรศัพท์ 063-9291979 E-mail thanagorn.s@rmutsv.ac.th
2. **ชื่อ–สกุล นางวศินี จิตภูษา**
   ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
   โทรศัพท์ ..... E-mail wasinee.j@rmutsv.ac.th
3. **ชื่อ–สกุล นางสาวอุทัยวรรณ ชาลีผล**
   ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
   โทรศัพท์ ..... E-mail utaiwan.c@rmutsv.ac.th

ลงชื่อ ..... ผู้เสนอผลงาน
(นายธนากร สิทธิสาร)
ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ
วันที่ .....

5.2 ความเห็นผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้เสนอผลงานฉบับนี้เข้าร่วมกิจกรรม/ประกวดผลงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ ..... ผู้บังคับบัญชา
(.....)
ตำแหน่ง .....
วันที่ .....

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 กิจกรรมหรือกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดและใช้ความรู้นั้นจริง เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (CoP), เวิร์กช็อป, 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 ควรระบุให้ชัดว่าแต่ละภาคีสนับสนุนด้านใด (เช่น ให้ข้อมูล ให้พื้นที่ทดลอง ให้ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ)
6. ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH : Channels) คือ ช่องทางที่ใช้ “ส่งมอบ” หรือเผยแพร่ความรู้ให้ถึงผู้รับประโยชน์ เช่น RUTS KM Platform, คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาราชมงคลศรีวิชัย (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/กลุ่มออนไลน์สำหรับถาม–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 ชิ้นนั้น “เกิดผลจริง” ทั้งต่อผลการทำงานและต่อผู้รับประโยชน์ เช่น ร้อยละของผู้เรียนที่บรรลุ SLO, ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ, ระยะเวลาการให้บริการที่ลดลง, จำนวนข้อผิดพลาดที่ลดลง, รายได้/มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการใช้ความรู้ หรือจำนวนหน่วยงานที่นำแนวปฏิบัติไปใช้ต่อ ควรระบุทั้งเชิงปริมาณและตัวอย่างเชิงคุณภาพสำคัญ ๆ
10. สินทรัพย์ความรู้ (KT : Knowledge Assets & Transfer) คือ ผลลัพธ์ด้าน “องค์ความรู้ที่จับต้องได้” ซึ่งได้รับการกลั่นกรองและจัดรูปแบบ พร้อมให้คนอื่นนำไปใช้ซ้ำได้ เช่น คู่มือปฏิบัติงาน (SOP), แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice), ชุดสไลด์/สื่อการสอน, วิดีโอสาธิต, แบบฟอร์ม/เทมเพลตมาตรฐาน, ชุดข้อมูลหรือรายงานสังเคราะห์ ตลอดจนการกำหนดวิธีถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ (อบรม, CoP, Online Course ฯลฯ) และการบันทึกเก็บไว้ใน คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาราชมงคลศรีวิชัย 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.