

แบบฟอร์มการเสนอผลงานการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลงาน

1. ปีงบประมาณ 2569

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

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์

3. ชื่อผลงานการจัดการความรู้

Digital Classroom Design: เปลี่ยนบทเรียนเดิมให้มีชีวิตด้วย LMS

4. ประเด็น KM ที่เกี่ยวข้อง (เลือกได้ 1 ข้อ)

☒ CoP1 การจัดการเรียนการสอน

☐ CoP2 วิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ

☐ CoP3 การจัดการองค์การสมัยใหม่

☐ CoP4 หลักสูตรและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้

5. ประเด็นองค์ความรู้หลัก (Knowledge Topics)

การออกแบบบทเรียนดิจิทัลผ่านระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ (Learning Management System: LMS) อย่างสร้างสรรค์ ด้วยการผสมผสานเทคนิคการสอนแบบ Active Learning และเครื่องมือดิจิทัล เพื่อเปลี่ยนการเรียนออนไลน์จากการอัปโหลดเอกสารทั่วไปสู่ห้องเรียนที่มีชีวิตชีวาและมีปฏิสัมพันธ์

คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3-5 คำ LMS, Digital Classroom, Active Learning, บทเรียนดิจิทัล

6. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และค่านิยมมหาวิทยาลัย

6.1 แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย/เป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้อง

สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยที่มุ่งพัฒนาห้องเรียนดิจิทัล (Digital Classroom) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนและยกระดับคุณภาพบัณฑิตในยุคดิจิทัล

6.2 ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผลงานสนับสนุน (ถ้ามี)

ระบุชื่อ KPI และหน่วยนับ อัตราการเข้าใช้งานระบบ LMS ของนักศึกษา (ร้อยละ) และการพัฒนาทักษะการสอนดิจิทัลของอาจารย์ (ร้อยละ)

ค่าเป้าหมายของ KPI (ปีงบประมาณนี้) อัตราการเข้าใช้งาน LMS ของนักศึกษาเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 60 และคะแนนการประเมินทักษะอาจารย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 35-40

7. สรุปสาระสำคัญของผลงาน (Executive Summary)

(สรุปที่มา วิธีดำเนินการ และผลลัพธ์สำคัญ โดยย่อ 5-10 บรรทัด)

ในยุคการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล คณะศิลปศาสตร์ได้เผชิญความท้าทายในการนำระบบ LMS มาใช้จัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) จึงเกิดโครงการ "Digital Classroom Design" ขึ้น เพื่อพัฒนาทักษะคณาจารย์ในการออกแบบบทเรียนดิจิทัลให้มีชีวิตชีวา โดยดำเนินการตามวงจร PDCA ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ พร้อมให้คำปรึกษาแบบ Coaching & Mentoring สอดแทรกการใช้เครื่องมือเสริม เช่น H5P, Padlet, และ Quizizz ผลลัพธ์คือคณาจารย์สามารถสร้างบทเรียนดิจิทัลต้นแบบได้อย่างน้อยคนละ 1 รายวิชา คะแนนทดสอบความรู้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 35-40% และส่งผลให้นักศึกษามีอัตราการเข้าใช้งาน LMS เพิ่มขึ้นถึง 60% พร้อมนำไปสู่การจัดตั้งชุมชนการเรียนรู้ (PLC) เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS Model Canvas		ชื่อผลงาน <i>Digital Classroom Design</i> : เปลี่ยนบทเรียนเดิมให้มีชีวิตด้วย LMS		หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ คณะศิลปศาสตร์	
คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP)	กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS)	กิจกรรมหลัก KM (KA)	ทรัพยากรหลัก KM (KR)	คู่ความร่วมมือ KM (KP)	
- ช่วยยกระดับคุณภาพการเรียนการสอนของอาจารย์ เปลี่ยนรูปแบบรายวิชาจากเดิมที่เน้นสื่อสิ่งพิมพ์และการบรรยาย ไปสู่รูปแบบบทเรียนดิจิทัลเชิงโต้ตอบ (Interactive Content) ที่ยืดหยุ่น - ช่วยดึงดูดผู้เรียนและเพิ่มอัตราการเข้าใช้งานระบบ LMS ของนักศึกษาได้มากกว่าร้อยละ 60	- อาจารย์คณะศิลปศาสตร์ (ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะการออกแบบสื่อออนไลน์) - นักศึกษา (ได้รับประสบการณ์การเรียนรู้เชิงรุกที่น่าสนใจและตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล)	- สำรวจความต้องการของอาจารย์ และวางแผนดำเนินงาน - จัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบ ให้สร้างบทเรียนจริง - เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญถ่ายทอดการใช้เครื่องมือเสริม (H5P, Padlet, Quizizz, Genially) - ให้คำปรึกษาและติดตามความก้าวหน้าเป็นรายกลุ่ม/บุคคล - จัดตั้งชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อแลกเปลี่ยนและขยายผล	- ระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ (LMS) ของมหาวิทยาลัย - วิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาและทีมพี่เลี้ยง - งบประมาณและการสนับสนุนเชิงนโยบายจากผู้บริหารคณะศิลปศาสตร์	- ผู้บริหารคณะศิลปศาสตร์ (สนับสนุนนโยบายและทรัพยากร) - หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัย (สนับสนุนระบบ LMS และเทคนิค)	
	ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (CH)		ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR)		
	- การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ คณะศิลปศาสตร์ - การรวมกลุ่มเครือข่ายชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) - การเผยแพร่ผลงานตัวอย่างบทเรียนต้นแบบ		- การมีทีมพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือระหว่างการพัฒนาบทเรียนในระบบของอาจารย์ - การประเมินความพึงพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง		
ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost)		ตัววัดความสำเร็จ (Rev)		สินทรัพย์ความรู้ (KT)	
		เชิงคุณภาพ: การเรียนการสอนเปลี่ยนจากบรรยายทางเดียวเป็นการเรียนรู้แบบเชิงรุก ผู้เข้าอบรมพึงพอใจระดับ "ดีมาก" เชิงปริมาณ: คะแนนความรู้ทักษะก่อน-หลัง ของผู้เข้าอบรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 35-40 เชิงปริมาณ: อาจารย์สร้างบทเรียนดิจิทัลต้นแบบได้อย่างน้อย 1 รายวิชา/คน เชิงปริมาณ: นักศึกษามีอัตราการเข้าใช้งาน LMS เพิ่มขึ้นร้อยละ 60		- คู่มือ/แนวทาง "Digital Classroom Design" - ตัวอย่างบทเรียนดิจิทัลต้นแบบในระบบ LMS ที่นำไปใช้สอนจริงได้ - รายงานผลการดำเนินงาน	

ส่วนที่ 4 เอกสาร/หลักฐานประกอบ

- ☒ สไลด์/โปสเตอร์นำเสนอผลงาน
- ☒ รูปภาพกิจกรรม/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 นายเวคิน หนูนางค์
ตำแหน่ง อาจารย์หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
โทรศัพท์ 0640686369 E-mail vakin.n@rmutsv.ac.th
2. ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิไลลักษณ์ เกตุแก้ว
ตำแหน่ง อาจารย์หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
โทรศัพท์ - E-mail wilailak.k@rmutsv.ac.th
3. ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มาริสา เส้นเหมาะ
ตำแหน่ง อาจารย์หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
โทรศัพท์ - E-mail marisa.s@rmutsv.ac.th

ลงชื่อ  ผู้เสนอผลงาน

(นายเวคิน หนูนางค์)

ตำแหน่ง อาจารย์

วันที่ 17 ก.ค. 2569

5.2 ความเห็นผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้เสนอผลงานฉบับนี้เข้าร่วมกิจกรรม/
ประกวดผลงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ  ผู้บังคับบัญชา

(. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ โอมนิ .)

ตำแหน่ง คณบดีคณะศิลปศาสตร์

วันที่ 17 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, คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯ มทร.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 วิธีดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้รู้ให้ต่อเนื่อง 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 ขึ้นนั้น “เกิดผลจริง” ทั้งต่อผลการทำงานและต่อผู้รับประโยชน์ เช่น ร้อยละของผู้เรียนที่บรรลุ SLO, ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ, ระยะเวลาการให้บริการที่ลดลง, จำนวนข้อผิดพลาดที่ลดลง, รายได้/มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการใช้ความรู้ หรือจำนวนหน่วยงานที่นำแนวปฏิบัติไปใช้ต่อ ควรระบุทั้งเชิงปริมาณและตัวอย่างเชิงคุณภาพสำคัญ ๆ
10. สินทรัพย์ความรู้ (KT : Knowledge Assets & Transfer) คือ ผลลัพธ์ด้าน “องค์ความรู้ที่จับต้องได้” ซึ่งได้รับการกลั่นกรองและจัดรูปแบบ พร้อมให้นำไปใช้ซ้ำได้ เช่น คู่มือปฏิบัติงาน (SOP), แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice), ชุดสไลด์/สื่อการสอน, วิดีโอสาธิต, แบบฟอร์ม/เทมเพลตมาตรฐาน, ชุดข้อมูลหรือรายงานสังเคราะห์ ตลอดจนการกำหนดวิธีถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ (อบรม, CoP, Online Course ฯลฯ) และการบันทึกเก็บไว้ใน คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาฯ มทร.ศรีวิชัย เพื่อให้เข้าถึงและนำไปใช้ได้อย่างยั่งยืน

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 gestao do conhecimento (1st ed.). Consultoria Corporativa.