

แบบฟอร์มการเสนอผลงานการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลงาน

1. ปีงบประมาณ 2569

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

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3. ชื่อผลงานการจัดการความรู้

จากแนวคิดสู่ผลงานวิจัย: สิ่งที่ต้องรู้ก่อนทำวิจัย

4. ประเด็น KM ที่เกี่ยวข้อง (เลือกได้ 1 ข้อ)

☐ CoP1 การจัดการเรียนการสอน

☒ CoP2 วิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ

☐ CoP3 การจัดการองค์กรสมัยใหม่

☐ CoP4 หลักสูตรและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้

5. ประเด็นองค์ความรู้หลัก (Knowledge Topics)

กระบวนการวิจัยทางโภชนาการและการกำหนดอาหาร การกำหนดประเด็นและปัญหาวิจัย การทบทวนวรรณกรรมและการสืบค้นฐานข้อมูลวิชาการ การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย จริยธรรมการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย และการพัฒนาผลงานวิจัยสู่การเผยแพร่

คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3–5 คำ กระบวนการวิจัย ปัญหาวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย โภชนาการและการกำหนดอาหาร

6. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และค่านิยมมหาวิทยาลัย

6.1 แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย/เป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้อง

ผลงานการจัดการความรู้เรื่อง “จากแนวคิดสู่ผลงานวิจัย : สิ่งที่ต้องรู้ก่อนทำวิจัย” มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างองค์ความรู้ วิจัย และนวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยมุ่งพัฒนาความรู้และทักษะด้านการวิจัยของอาจารย์และบุคลากรให้สามารถดำเนินงานวิจัยได้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดประเด็นวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล จนถึงการเผยแพร่ผลงานวิจัยอย่างมีคุณภาพ

การดำเนินกิจกรรมจัดการความรู้ครั้งนี้ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรผู้มีประสบการณ์ด้านการวิจัยกับอาจารย์และนักวิจัยรุ่นใหม่ ก่อให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยภายในมหาวิทยาลัย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และสามารถต่อยอดไปสู่การผลิตผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่มีคุณภาพ

สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ดีพิมพ์เผยแพร่ และสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัย
ในการสร้างผลกระทบเชิงวิชาการและการพัฒนาสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

6.2 ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผลงานสนับสนุน (ถ้ามี)

ระบุชื่อ KPI และหน่วยนับ

.....

.....

ค่าเป้าหมายของ KPI (ปีงบประมาณนี้)

.....

.....

7. สรุปสาระสำคัญของผลงาน (Executive Summary)

(สรุปที่มา วิธีดำเนินการ และผลลัพธ์สำคัญ โดยย่อ 5–10 บรรทัด)

ผลงานการจัดการความรู้เรื่อง "จากแนวคิดสู่ผลงานวิจัย : สิ่งที่ต้องรู้ก่อนทำวิจัย" จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพของอาจารย์และนักศึกษาให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะพื้นฐานในการดำเนินงานวิจัยอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดประเด็นวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล จนถึงการจัดทำและเผยแพร่ผลงานวิจัย โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ตามวงจร PDCA ผ่านการบรรยาย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้มีความเชี่ยวชาญ ผลการดำเนินงานทำให้ผู้เข้าร่วมมีความรู้ ความเข้าใจ และความมั่นใจในการเริ่มต้นทำวิจัยมากขึ้น สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงร่างงานวิจัยและผลงานวิจัยของตนเอง รวมทั้งเกิดชุดองค์ความรู้ สื่อประกอบการเรียนรู้ และเครือข่ายนักวิจัยภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถนำไปใช้ต่อยอดและเผยแพร่ได้อย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 2 สรุปผลงาน RUTS M Canvas		ชื่อผลงาน จากแนวคิดสู่ผลงานวิจัย: สิ่งที่ต้องรู้ก่อนวิจัย		หน่วยงาน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	
คุณค่า/ประโยชน์ KM (VP)	กลุ่มผู้รับประโยชน์ (CS)	กิจกรรมหลัก KM (KA)	ทรัพยากรหลัก KM (KR)	คู่ความร่วมมือ KM (KP)	
- พัฒนาศักยภาพด้านการวิจัยของอาจารย์และนักศึกษาอย่างเป็นระบบ - ลดความสับสนในการเริ่มต้นทำวิจัย - เพิ่มคุณภาพข้อเสนอโครงการวิจัย - ส่งเสริมการผลิตผลงานวิจัยที่สามารถเผยแพร่ได้ - สร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้	กลุ่มหลัก - อาจารย์ - นักวิจัยรุ่นใหม่ - นักศึกษา กลุ่มรอง - หลักสูตร - คณะ - มหาวิทยาลัย - เครือข่ายวิจัย	- วิเคราะห์ปัญหา - จัดกิจกรรม KM - ถ่ายทอดองค์ความรู้ - แลกเปลี่ยนเรียนรู้ - Workshop - จัดทำ Infographic - จัดทำคลิปวิดีโอ - สรุปบทเรียน - ประเมินผล - ต่อยอดองค์ความรู้	- ทีมวิทยากร - ผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย - ห้องประชุม - สื่อการสอน - Infographic - วิดีโอ - ฐานข้อมูลวิชาการ - เอกสารประกอบ - โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม	- คณะศิลปศาสตร์ - หลักสูตรสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ - บุคลากรผู้มีประสบการณ์วิจัย - นักวิจัย - สำนักวิจัย - เครือข่ายวิชาการ	
	ช่องทางเผยแพร่ความรู้ (C)		ความสัมพันธ์กับผู้รับประโยชน์ (CR)		
	- KM Day - CoP - Facebook - คู่มือ - Infographic - Motion Graphic		- CoP อย่างต่อเนื่อง - ที่ปรึกษาด้านวิจัย - Workshop - Follow-up - Coaching - Mentoring		
ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย KM (Cost)		ตัววัดความสำเร็จ (Rev)		สินทรัพย์ความรู้ (KT)	

- ค่าวัสดุ - ค่าจัดกิจกรรม - ค่าวิทยากร - ค่าอาหาร - เวลาในการเตรียมกิจกรรม - การจัดทำสื่อ - บุคลากร	เชิงปริมาณ - จำนวนผู้เข้าร่วม - ร้อยละความพึงพอใจ - จำนวนชุดองค์ความรู้ - จำนวนสื่อที่ผลิต	เชิงคุณภาพ - ความรู้เพิ่มขึ้น - ความมั่นใจเพิ่มขึ้น - เกิดเครือข่ายนักวิจัย - สามารถต่อยอดเป็นข้อเสนอโครงการวิจัย	- คู่มือเริ่มต้นทำวิจัย - Infographic - Motion Graphic - Flowchart กระบวนการวิจัย - ชุดสไลด์ - วิดีโอ - แบบฝึกปฏิบัติ	- Checklist - Best Practice SOP การพัฒนาโครงร่างวิจัย
--	--	---	---	---

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 นางธัญพร บุญศิริ
ตำแหน่ง อาจารย์
โทรศัพท์ 081-5568245 E-mail thanyaporn.s@rmutsv.ac.th
2. ชื่อ-สกุล นางสาววรรณนิสา เกาพันธ์
ตำแหน่ง อาจารย์
โทรศัพท์ 081-8062904 E-mail wannisa.p@rmutsv.ac.th
3. ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ภพ ช่วยการ
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
โทรศัพท์ 097-1405193 E-mail narinphop.c@rmutsv.ac.th
4. ชื่อ-สกุล ดร.ณัฏฐา ตามปัญญา
ตำแหน่ง อาจารย์
โทรศัพท์ 086-2927920 E-mail nattha.t@rmutsv.ac.th

ลงชื่อ  ผู้เสนอผลงาน

(นางธัญพร บุญศิริ)

ตำแหน่ง อาจารย์

วันที่ 26 มิถุนายน 2569

5.2 ความเห็นผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและพิจารณาแล้วเห็นสมควร
ให้เสนอผลงานฉบับนี้เข้าร่วมกิจกรรม/ประกวดผลงานการจัดการความรู้
ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



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), เว็กรับชม, การศึกษาดูงาน, การจัดทำคู่มือ/มาตรฐานงาน, การทดลองใช้แนวปฏิบัติใหม่ และการสรุปบทเรียน (Lesson Learned) ควรเขียนให้เห็นลำดับคร่าว ๆ ว่าความรู้ถูกสร้าง—จัดเก็บ—เผยแพร่—นำไปใช้อย่างไร
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 วิธีดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้ความรู้ให้ต่อเนื่อง 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 ชั้นนั้น “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 คลังความรู้ภูมิพลังแห่งปัญญาประชาคมองค์กรวิจัย 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.