

รายงานสรุปผลการดำเนินงานการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563

“การสร้าง CONTENT ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและ การศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน”

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

MODEL



"ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION"

โมเดลที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับการสร้าง content ที่ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่

- องค์ประกอบของเนื้อหา (Contents)
- การดำเนินการ (Operations)

ULTRA contents

UPDATE

สร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่
อยู่เสมอ

LANGUAGE

เลือกใช้วจนภาษาและ
วจนภาษาที่เหมาะสม

TARGETING

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
ให้อัดเจน

DATE

เนื้อหาที่สอดคล้องกับ
ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

PRIME operations

PLAN

วางแผนการดำเนินการปฏิบัติ
ในแผนของหลักสูตร

REGULARLY

มีความสม่ำเสมออย่างสม่ำเสมอ
อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

INTEGRATION

ผสมผสาน Platform สนิท
เช่น Line IG Youtube

MANAGEMENT

มีผู้ดูแลรับผิดชอบ
ในการบริหาร

END



คำนำ

งานวิชาการคณะวิทยาการจัดการ จัดทำแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563 ที่สอดคล้องประเด็นที่มุ่งเน้นตามแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประจำปีของคณะวิทยาการจัดการ โดยในปีงบประมาณ 2564 ได้กำหนดจัดกิจกรรมหัวข้อโครงการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ในองค์กรและความรู้ในบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ กิจกรรม : การจัดการความรู้แก่บุคลากรสายวิชาการ หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเอาความรู้ในองค์กร หรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคลากรสายวิชาการมาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานด้านการเรียนการสอนและการวิจัยให้แก่นักเรียนและนักวิจัย เพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่ดีในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำเสนอแนวปฏิบัติที่ดี Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION เพื่อเผยแพร่หรือนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิชาการคณะวิทยาการจัดการ จึงได้จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการ “การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ในองค์กรและความรู้ในบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ กิจกรรม : การจัดการความรู้แก่บุคลากรสายวิชาการด้านการเรียนการสอนและการวิจัย” ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะชนต่อไป

คณะกรรมการจัดการความรู้
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	2
สารบัญ	3
บทสรุปผู้บริหาร	4
หลักการและเหตุผล	5
วัตถุประสงค์	6
แนวทางการดำเนินงาน	6
สรุปผลการจัดการความรู้	7
ความรู้ที่ได้รับจากการจัดการความรู้	18
ผลจากการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์	18
ปัญหาที่พบจากการจัดการความรู้	18
แนวทางการจัดการความรู้ในปีงบประมาณ 2565	19
รายชื่อคณะกรรมการการจัดการความรู้ KM ประจำปีงบประมาณ 2564	20

บทสรุปผู้บริหาร

การจัดการความรู้ตามแผนการจัดการความรู้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้กำหนดหัวข้อการจัดการความรู้ คือ การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ และดำเนินการตามแผนการจัดการความรู้ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันภายในหน่วยงาน และสามารถพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรในหน่วยงาน เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ และมีการรวบรวมจัดเก็บองค์ความรู้ เพื่อนำไปเผยแพร่หรือนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการจัดการความรู้ เกิดผลผลิตและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น ดังนี้

ผลผลิต : แนวปฏิบัติที่ดี “การไรท์สลับการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย ในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION”

องค์ความรู้ : แนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับการสร้าง Content ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและการสร้าง web page engagement โดยมีส่วนประกอบ 2 ส่วนหลักที่สำคัญ ได้แก่ องค์ประกอบของเนื้อหา (Content) และการดำเนินการ (Operation) มีรายละเอียดดังนี้

ULTRA CONTENT

U = Update สร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ
L = Langurge เลือกใช้อวัจนภาษาและวจนภาษาที่เหมาะสม
T = Targeting วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
R = Relate สร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
A = Arouse สร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม

PRIME OPERATION

P = Plan วางแผนการดำเนินการปฏิบัติในแผนของหลักสูตร
R = Regularly มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง
I = Integration ผสมผสาน Platform สมัยใหม่ เช่น Line IG Youtube
M = Management มีผู้ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการที่ชัดเจน
E = Engagement ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกคนในหลักสูตร

**รายงานผลการดำเนินงานการจัดการความรู้ระดับหน่วยงาน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563**

1. ชื่อหน่วยงาน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2. หัวข้อการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ 2563

โครงการการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) ในองค์กรและความรู้ในตัวบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ กิจกรรม : การจัดการความรู้แก่บุคลากรสายวิชาการ หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน”

3. สรุปผลการจัดการความรู้ของหน่วยงานประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563

3.1 หลักการและเหตุผล

ความรู้ในองค์กร หรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคลากรขององค์กร เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการทำงาน สังคมในยุคปัจจุบัน เพราะความรู้จะนำมาซึ่งการพัฒนา การค้นคว้าและการสร้างสรรค์อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ชุมชนและสังคม โดยความรู้เหล่านั้นหากไม่มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ก็จะไม่ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ ซึ่งหากองค์กรไม่มีกระบวนการจัดการความรู้ที่ดี ก็จะส่งผลให้การทำงานติดขัดในขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้ หรือการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ด้วยเหตุนี้ การจัดการความรู้ หรือ KM (Knowledge Management : KM) จึงเป็นเสมือนเครื่องมือที่จะช่วยให้บุคลากรขององค์กรบรรลุเป้าหมายของงาน การพัฒนาคน และการพัฒนาองค์กร ไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ตลอดจนช่วยผลักดันให้การจัดการเรียนการสอนให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศ

คณะวิทยาการจัดการ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการความรู้ เพราะจะช่วยพัฒนา คณะไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ เพื่อการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วย บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนของคณะวิทยาการจัดการ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันและนำมาหาแนวทางเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) อันจะนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนางาน คน และองค์กรให้ก้าวหน้าต่อไป

3.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเอาความรู้ในองค์กร หรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคลากรสายวิชาการ มาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานการเรียนการสอนและการวิจัยให้แก่งานและกันเพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. เพื่อนำเอาความรู้ในองค์กร หรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคลากรสายสนับสนุน มาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานให้แก่งานและกันเพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อันจะนำไปสู่การพัฒนางานด้านการบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่ดีแก่บุคลากร

3.3 แนวทางการดำเนินงาน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้กำหนดแผนกิจกรรม โดยครอบคลุมยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1

แผนการจัดการความรู้ที่ 1 การผลิตบัณฑิต

คณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มีการดำเนินงานการจัดการความรู้ สอดคล้องกับการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ดังนี้

กิจกรรม 1 : ประชุมคณะกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเตรียมการดำเนินงานจัดการความรู้ การระดมแลกเปลี่ยนความรู้

กลุ่มเป้าหมาย : คณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ

กิจกรรม 2 : การจัดการความรู้แก่บุคลากรสายวิชาการด้านการเรียนการสอน และการวิจัย รวมทั้งการจัดการความรู้แบบบูรณาการกับการทำงาน หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน” ประจำปีงบประมาณ 2564 จัดขึ้นในวันพุธที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เวลา 08.30-16.00 น. ณ ห้องประชุมเอื้องไอยเรศ ชั้น 5 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเสาะหาความรู้ที่ต้องการ โดยเชิญตัวแทนอาจารย์ ตัวแทนนักศึกษา มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการสร้าง content เพื่อรวบรวมองค์ความรู้แนวทางปฏิบัติ และข้อพิจารณาต่างๆ ในหัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน” ทั้งนี้ได้เชิญ อาจารย์ ดร. กชกร จุยมณี อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาเป็นวิทยากร ผู้นำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประเด็นร่วมด้วยช่วยสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ทั้งนี้ หลังจากจัดกิจกรรมดังกล่าว คณะกรรมการดำเนินการจัดการความรู้ KM ได้ประชุมหารือเพื่อสรุปจัดทำข้อสรุปความรู้ที่ได้และเป็นแนวทางการสร้าง content ของหลักสูตรต่าง ๆ

กลุ่มเป้าหมาย : คณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ บุคลากร

กิจกรรม 3 : ประชุมสรุปผลการจัดการความรู้และนำผลไปปรับปรุงคุณภาพการเรียน เป็นการประชุมคณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ เพื่อสรุปผลการจัดการความรู้ระดับคณะ และปรับปรุงแก้ไขชุดความรู้เพิ่มเติม เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในระดับคณะและมหาวิทยาลัยลำดับต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย : คณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ

3.4 สรุปผลการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563

คณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ ได้ดำเนินการตามแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 ประจำปีการศึกษา 2563 สามารถสรุปผลการดำเนินงานได้ดังนี้

ประเด็นความรู้เรื่อง : การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน

องค์ความรู้ที่ได้ : แนวปฏิบัติที่ดีของการใช้สไลด์การสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ซึ่งเป็นการถอดแบบโมเดลจาก Best Practice เพจประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ โมเดลที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับการสร้าง Content ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการเผยแพร่ กับ web page engagement โดยมีส่วนประกอบ 2 ส่วนหลักที่สำคัญ ได้แก่ องค์ประกอบของเนื้อหา (Content) และการดำเนินการ (Operation) ทั้งนี้ ได้มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงาน และหน่วยงานภายนอกคณะเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางปฏิบัติที่ดีของคณะวิทยาการจัดการ ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION FMS MODEL มีรายละเอียดดังนี้

ULTRA CONTENT

U = Update	สร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ
L = Langurge	เลือกใช้วงจภาษาและวงจภาษาที่เหมาะสม
T = Targeting	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
R = Relate	สร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
A = Arouse	สร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม

PRIME OPERATION

P = Plan	วางแผนการดำเนินการปฏิบัติในแผนของหลักสูตร
R = Regularly	มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง
I = Integration	ผสมผสาน Platform สมัยใหม่ เช่น Line IG Youtube

M = Management มีผู้ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการที่ชัดเจน
E = Engagement ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกคนในหลักสูตร

4. สรุปผลการดำเนินงานตามกระบวนการจัดการความรู้ (KM)

คณะวิทยาการจัดการได้ดำเนินงานตามกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็น (บ่งชี้ความรู้)

การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็น คณะได้ดำเนินการประชุมคณะกรรมการจัดการความรู้เพื่อวางแผน แนวทางการดำเนินงานทำให้เกิดกิจกรรมบ่งชี้ความรู้ การวิเคราะห์ทบทวนการจัดการความรู้ และเสาะหาความรู้ที่ต้องการในการจัดทำ KM คณะวิทยาการจัดการ ประจำปีการศึกษา 2562 และมีการจัดประชุมเพื่อจัดทำแผนการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ ประจำปีงบประมาณ 2564 และวางแผนแนวทางการดำเนินงานทำให้เกิดกิจกรรมบ่งชี้ความรู้การวิเคราะห์ทบทวนการจัดการความรู้ โดยนำข้อเสนอแนะจากการดำเนินกิจกรรมการจัดการความรู้ของคณะ ในปีการศึกษาที่ผ่านมา นำไปปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดการจัดการความรู้ในองค์กรสำหรับ ปีการศึกษา 2563-2564

วิธีสู่ความสำเร็จ

การประชุมคณะกรรมการจัดการความรู้ของคณะ เพื่อวิเคราะห์ ทบทวนการดำเนินงาน ในปีที่ผ่านมา และวางแผนแนวทางการดำเนินงานทำให้เกิดกิจกรรมบ่งชี้ความรู้ มีการวิเคราะห์ ทบทวนการจัดการความรู้ในตั้งแต่ปีการศึกษา 2561-2562 ที่ผ่านมา พบว่า ในปีการศึกษาที่ผ่านมา คณะได้โมเดล เพื่อใช้สำหรับการจัดการเรียนการสอนนักศึกษาและแนวทางด้านจิตวิทยาการสื่อสาร เพื่อการจัดการเรียนการสอน สำหรับปีการศึกษา 2563 คณะได้มีนโยบายในการขับเคลื่อนสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละหลักสูตร เพื่อสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเรื่องหลักสูตร อยากรให้ทุกหลักสูตรของคณะเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในจังหวัด หรือต่างจังหวัด ใกล้เคียง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญในการบริหารจัดการเรื่องจำนวนนักศึกษาที่สนใจเข้ามา ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย รวมไปถึงการใช้สื่อเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ เป็นช่องทางบริการ วิชาการ ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการสร้างองค์ความรู้และค้นหาแนวทางปฏิบัติที่ดีในการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายโดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดียทุกรูปแบบ ตลอดจนการนำมาซึ่ง แนวทางปฏิบัติที่ดีในสื่อและการสร้าง content เพื่อสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

2) การเสาะหาความรู้ที่ต้องการ (การสร้างและแสวงหาความรู้)

ทีมงานคณะกรรมการจัดการความรู้ของคณะ จัดกิจกรรมโครงการจัดการความรู้ KM ในองค์กรฯ ครั้งที่ 1/2564 หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์ แบบยั่งยืน” ในวันพุธที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เวลา 08.30-16.00 น. ณ ห้องประชุมเอื้องไอยเรศ ชั้น 5 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเอาความรู้

ในองค์กร หรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคลากรสายวิชาการ และตัวแทนนักศึกษามาย่อยทอดประสบการณ์ ในประเด็นที่กำหนด ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน เพื่อรวบรวมองค์ความรู้แนวทางปฏิบัติ และ ข้อพิจารณาต่างๆ ในหัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบ ยั่งยืน” ซึ่งคณะได้เชิญ อาจารย์ ดร. กชกร จุ่มณี อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาเป็นวิทยากรบรรยายและเปลี่ยนเรียนรู้ ประเด็นร่วมด้วย ช่วยสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ทั้งนี้ หลังจากจัดกิจกรรมดังกล่าว คณะกรรมการดำเนินการ การจัดการความรู้ KM ได้ประชุมหารือเพื่อสรุปจัดทำข้อสรุปความรู้ที่ได้ เพื่อนำไปสู่ตัวต้นแบบที่มาของ แนวทางปฏิบัติที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพในขั้นตอนต่อไป

วิธีการสู่ความสำเร็จ

การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากตัวแทนอาจารย์ ตัวแทนนักศึกษาแต่ละ หลักสูตรที่รับผิดชอบเพจประชาสัมพันธ์ของหลักสูตร ภายใต้กิจกรรมโครงการการจัดการความรู้ KM ในองค์กรฯ ครั้งที่ 1/2564 หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์ แบบยั่งยืน” ในวันพุธที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เวลา 08.30-16.00 น. ณ ห้องประชุมเอื้องไอยเรศ ชั้น 5 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



3) การสร้างความรู้/แนวปฏิบัติ (การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและ กลั่นกรองความรู้)

สำหรับกระบวนการนี้ ทีมงานคณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ของคณะได้ ดำเนินการจัดประชุม เพื่อสรุปผลการดำเนินงานโครงการการจัดการความรู้ KM ในองค์กรฯ ครั้งที่ 1/2564 หัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน” ในวันพุธที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เพื่อประมวลผล และกลั่นกรองเป็นต้นแบบ (model) หรือ (Best

Practice) ในการปฏิบัติได้จริง สำหรับแนวทางในการจัดการความรู้ เรื่อง การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวข้อหลักของการจัดการความรู้ คณะวิทยาการจัดการ ในปีการศึกษา 2563-2564

วิธีการสู่ความสำเร็จ

การจัดประชุมคณะกรรมการการจัดการความรู้ เพื่อประมวลผลกลั่นกรองเป็นต้นแบบ (model) ในการปฏิบัติได้จริง และเอกสารฐานข้อมูลสำหรับการเผยแพร่ โดยได้จัดทำแบบฟอร์มการวิเคราะห์รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์ เพื่อติดตามการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ โดยทุกหลักสูตรต้องนำแบบฟอร์มนี้ไปใช้เพื่อรายงานผลการดำเนินการโพสต์ข้อความต่างๆ บนเพจหลักสูตรของท่านตามแนวทางปฏิบัติที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งในแบบฟอร์มจะมีคำชี้แจงเบื้องต้นให้ปฏิบัติอย่างชัดเจน เพื่อคณะกรรมการดำเนินงานจะนำข้อมูลที่ได้ไปสรุปผลแนวทางปฏิบัติที่ดีในลำดับต่อไป

แบบฟอร์มการวิเคราะห์รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์

หลักสูตร

คำชี้แจง ตามที่คณะกรรมการจัดการความรู้ได้จัดอบรมพัฒนาความรู้ เรื่อง การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน เพื่อติดตามการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ จึงขอให้ทางหลักสูตรกรณารายงานการดำเนินงาน การโพสต์ข้อความต่างๆ บนเพจหลักสูตรของท่านโดยที่

1. ระยะเวลาที่เริ่มต้นตั้งแต่ 4 ม.ค. - 28 ก.พ. 2564 รวมเป็นเวลา 2 เดือน
2. จำนวนการโพสต์อย่างน้อยภายในระยะเวลา 2 เดือน จำนวน 10-15 โพสต์
3. หลักสูตรรายงานการประเมินผล ภายใน วันที่ 15 มี.ค. 2564 เพื่อทางคณะกรรมการจะได้สรุปผลแนวทางปฏิบัติที่ดี

ปัจจุบันเพจที่หลักสูตรใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ชื่อ

มีคนกดถูกใจเพจในวันที่ 4 ม.ค.64คน มีคนกดติดตามเพจในวันที่ 4 ม.ค.64คน
 ความถี่ในการโพสต์ต่อสัปดาห์โพสต์ มีการกระตุ้นการเข้าลิงค์ต่อการเข้าชมเว็บไซต์หรือไม่ ☐ มี ☐ ไม่มี

โพสต์ที่	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	องค์ประกอบของโพสต์	ผลที่ได้รับ (ระบุจำนวน)
1 วันที่	☐ แพร่ภาพกิจกรรม ☐ แพร่ภาพบริการวิชาการ ☐ แพร่ภาพข้อมูลหลักสูตร ☐ แพร่ภาพการจัดการเรียนการสอน เช่น เนื้อหา/ความรู้หลักสูตร ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ นักศึกษา ☐ บุคคลทั่วไป ☐ ศิษย์เก่า ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ข้อความ ☐ รูปภาพ ☐ Infographic ☐ คลิปสั้น ☐ คลิปวิดีโอ ☐ ลิงค์ ☐ แฮชแท็ก ☐ อื่น ๆ	Like _____ Comment _____ Share _____
2 วันที่	☐ แพร่ภาพกิจกรรม ☐ แพร่ภาพบริการวิชาการ ☐ แพร่ภาพข้อมูลหลักสูตร ☐ แพร่ภาพการจัดการเรียนการสอน เช่น เนื้อหา/ความรู้หลักสูตร ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ นักศึกษา ☐ บุคคลทั่วไป ☐ ศิษย์เก่า ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ข้อความ ☐ รูปภาพ ☐ Infographic ☐ คลิปสั้น ☐ คลิปวิดีโอ ☐ ลิงค์ ☐ แฮชแท็ก ☐ อื่น ๆ	Like _____ Comment _____ Share _____
3 วันที่	☐ แพร่ภาพกิจกรรม ☐ แพร่ภาพบริการวิชาการ ☐ แพร่ภาพข้อมูลหลักสูตร ☐ แพร่ภาพการจัดการเรียนการสอน เช่น เนื้อหา/ความรู้หลักสูตร ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ นักศึกษา ☐ บุคคลทั่วไป ☐ ศิษย์เก่า ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ข้อความ ☐ รูปภาพ ☐ Infographic ☐ คลิปสั้น ☐ คลิปวิดีโอ ☐ ลิงค์ ☐ แฮชแท็ก ☐ อื่น ๆ	Like _____ Comment _____ Share _____

4) การประยุกต์ใช้ความรู้/แนวปฏิบัติในงาน (การเข้าถึงความรู้)

การให้แต่ละหลักสูตรนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริงถึงพัฒนาเพจประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของอาจารย์ นักศึกษาที่รับผิดชอบ เพื่อทบทวนกลั่นกรอง และการปรับปรุงตัวแบบ

วิธีการสู่ความสำเร็จ

คณะกรรมการดำเนินงานได้ประชุมสรุปทบทวน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้ตามแบบฟอร์มการวิเคราะห์รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์แต่ละหลักสูตร ซึ่งพบว่า รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ 4 มกราคม – 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 เพจประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรการจัดการ ภาควิชาการบริหารธุรกิจ มีความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์การเผยแพร่ กับ web page engagement มากที่สุด ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวอย่างแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ให้แก่หลักสูตรอื่นๆ ได้ และผู้รับผิดชอบเพจหลักสูตรการจัดการได้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติที่ดี



ผู้ดูแลหลักสูตรการจัดการ

ภาควิชาการบริหารธุรกิจ

จากนั้นคณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ KM ระดับคณะ จึงได้รวบรวมองค์ความรู้และช่วยกันถอดบทเรียนองค์ความรู้ในหัวข้อ “การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน” โดยมีส่วนประกอบหลัก 2 ส่วน ได้แก่ องค์ประกอบของเนื้อหา (Contents) และการดำเนินการ (Operations) รายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบของเนื้อหา (Contents)	การดำเนินการ (Operations)
1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน	1. การมีส่วนร่วมของผู้รับผิดชอบในหลักสูตร
2. การสร้างเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	2. ต้องมีผู้ดูแลรับผิดชอบระบบอย่างชัดเจน
3. การสร้างเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ	3. ต้องมีความเคลื่อนไหวสม่ำเสมอ สัปดาห์ละครั้ง
4. การสร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม	4. ต้องมีการผสมผสานของ Platform สื่อใหม่
5. การเลือกใช้อาวุธภาษาและวงจภาษาที่เหมาะสม	5. ต้องมีการวางแผนการดำเนินการของหลักสูตร

จากองค์ประกอบหรือรูปแบบของ content การโพสต์ ได้แก่ ข้อความ รูปภาพ infographic คลิปสั้น คลิป VDO Link hashtag Live เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบ content กับ web page Engagement พบว่า

1. การโพสต์รูปแบบ content ที่เป็นข้อความและการ Live นั้น มีผลต่อการกดไลค์ในทิศทางเดียว โดยที่การ Live มีผลต่อการกดไลค์มากที่สุด ในขณะที่รูปแบบ content ที่เป็น Link มีผลต่อการกดไลค์ในทิศทางตรงกันข้าม
2. การโพสต์รูปแบบ content ที่เป็นข้อความและการ Live นั้น มีผลต่อการ Share ในทิศทางเดียว โดยที่การ Live มีผลต่อการ share มากที่สุด
3. การโพสต์รูปแบบ content ที่เป็นข้อความนั้น การ Live และการ Link นั้น มีผลต่อการ comment ในทิศทางเดียว โดยที่การ Live มีผลต่อการ comment มากที่สุด

5) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การนำความรู้/แนวปฏิบัติไปใช้ (การแบ่งปันแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ การเรียนรู้)

เนื่องจากในปีงบประมาณ 2564 แผนการจัดกิจกรรมการจัดการความรู้ (KM) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กิจกรรม “เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ประจำปี 2564 คณะกรรมการได้วางแผนเตรียมจัดงานขึ้น ในวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2564 ณ ห้องประชุมเอื้องไอยเรศ ชั้น 5 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ แต่เนื่องจากสถานการณ์แพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ระบาดรุนแรง จำเป็นต้องเลื่อนกำหนดการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างไม่มีกำหนด และได้มีการจัดประชุมออนไลน์คณะกรรมการการจัดการความรู้ เพื่อวางแผนการเตรียมงานเผยแพร่องค์ความรู้ประจำปี 2564 โดยมติที่ประชุม และความเห็นของผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ ได้อนุมัติให้มีการเผยแพร่ผลงานแนวทางปฏิบัติที่ดีในการใช้สไลด์การสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ในลักษณะสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ทุกสื่อของคณะวิทยาการจัดการ เพื่อสร้างการรับรู้แนวทางปฏิบัติที่ดีดังกล่าว ตลอดจนการเผยแพร่ชุดองค์ความรู้ (ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION FMS CMRU MODEL) ในวาระการประชุมกรรมการดำเนินงานการจัดการเรียนรู้ (KM) ระดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ครั้งที่ 1/2564 วันที่ 13 พฤษภาคม 2564 เวลา 10.00 น.
แบบออนไลน์ Zoom Meeting รวมทั้ง เวทีตลาดนัด KM ระดับมหาวิทยาลัย ประจำปี 2564
ในวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2564

วิธีการสู่ความสำเร็จ

- เผยแพร่แนวปฏิบัติที่ดีในการใช้สลับการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย ในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ในเว็บไซต์คณะ วิทยาการจัดการ และสื่อออนไลน์ระดับคณะวิทยาการจัดการทุกช่องทาง
- เผยแพร่แนวปฏิบัติที่ดียังหน่วยงานต่างภายในมหาวิทยาลัย เช่น คณะ/ศูนย์/สำนัก/ วิทยาลัยต่าง ๆ ในลักษณะเอกสารงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของคณะและ มหาวิทยาลัย
- เผยแพร่ในวาระการประชุมกรรมการดำเนินงานการจัดการเรียนรู้ (KM) ระดับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ครั้งที่ 1/2564 วันที่ 13 พฤษภาคม 2564 เวลา 10.00 น. แบบออนไลน์ Zoom Meeting
- เผยแพร่ในวาระการประชุมดำเนินงานประชุมกำกับ ติดตาม เพื่อการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในคณะวิทยาการจัดการ วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ณ ห้องประชุมเอื้องไอยเรศ ชั้น 5 คณะวิทยาการจัดการ
- เผยแพร่ผ่านเวทีตลาดนัด KM ระดับมหาวิทยาลัย ประจำปี 2564 ในวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2564

KM-FMS 2021

การจัดการองค์ความรู้ คณะวิทยาการจัดการ

ใบหัดสลับการสร้าง Content ให้โดนใจ กลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล



“ เราตระหนักและใส่ใจในการสื่อสารยุคดิจิทัล และต้องการสื่อสารให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับการตอบสนองเพิ่มมากขึ้น จากการติดตาม กดไลค์ กดแชร์ และแสดงความคิดเห็น ”

โดยความร่วมมือจากทุกหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ ดำเนินการ ทดลอง ทดสอบ และรวบรวมข้อมูลการโพสต์จากเพจของทุกหลักสูตร ในระยะเวลา 2 เดือน

MODEL "ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION"

โมเดลนี้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับการสร้าง content ที่ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่

- องค์ประกอบของเนื้อหา (Contents)
- การดำเนินการ (Operations)

ULTRA contents

UPDATE

สร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ

LANGUAGE

เลือกใช้วocabulary ภาษาและวocabulary ที่เหมาะสม

TARGETING

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

RELATE

สร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

AROUSE

สร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม

PRIME operations

PLAN

วางแผนการดำเนินการปฏิบัติในแผนของหลักสูตร

REGULARLY

มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

INTEGRATION

ผสมผสาน Platform สมัยใหม่ เช่น Line IG Youtube

MANAGEMENT

มีผู้ดูแลรับผิดชอบในการบริหารจัดการที่ชัดเจน

ENGAGEMENT

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกคนในหลักสูตร

นอกจากนั้นการเลือกใช้องค์ประกอบที่หลากหลายของโพสต์ ได้แก่

- 1) ข้อความ
- 2) รูปภาพ
- 3) ลิงค์
- 4) แฮชแท็ก
- 5) โฉฟสด
- 6) คลิปสั้น
- 7) คลิปวิดีโอ
- 8) อินโฟกราฟฟิค

องค์ประกอบดังกล่าวมีผลต่อ การกดไลค์ การแชร์ และการแสดงความคิดเห็น โดยควรให้ความสำคัญกับการใช้ ข้อความ ลิงค์ และโฉฟสด

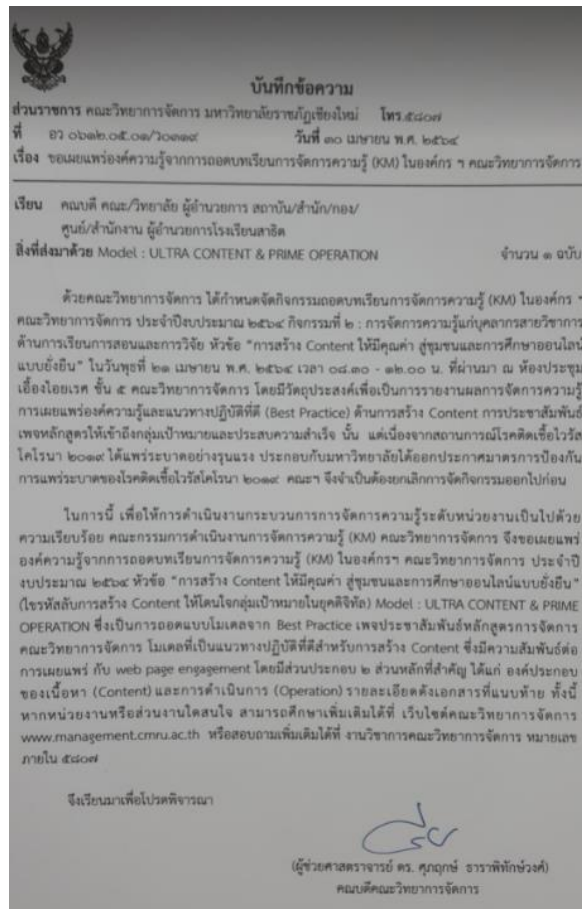
LIKE SHARE



COMMENT



สรุปผลโดย คณะกรรมการจัดการองค์ความรู้
คณะวิทยาการจัดการ



6) การปรับปรุงเป็นชุดความรู้/แนวทางปฏิบัติ

การปรับปรุงแนวปฏิบัติที่ดีในการใช้สไลด์การสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ตามข้อเสนอแนะที่จะได้จากการจัดกิจกรรมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ KM ระดับมหาวิทยาลัย วันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2564 (หากมี) และหลังจากการจัดกิจกรรมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับมหาวิทยาลัย จะมีการจัดประชุมสรุปผลการจัดการความรู้ และนำผลไปปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน การผลิตบัณฑิตและงานวิจัย ในวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

วิธีการสู่ความสำเร็จ

อาจารย์ บุคลากร นักศึกษาผู้รับผิดชอบดูแลเพจประชาสัมพันธ์หลักสูตรคณะวิทยาการจัดการ นำชุดความรู้ใช้สไลด์การสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ไปใช้ในการพัฒนาเพจหลักสูตรให้เป็นที่รู้จัก และติดตามข่าวสารมากขึ้น

7) การประเมินผลการดำเนินงานและรายงานต่อมหาวิทยาลัย

ประเมินผลตามตัว KPI ที่กำหนด ได้ผลดังนี้

ประเด็นตัวชี้วัด (KPI) :	ผลการดำเนินงาน
1) ได้เทคนิคการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ และการเข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวกิจกรรมต่างๆ ของคณะวิทยาการจัดการให้เพิ่มขึ้น	การใช้เทคนิคการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Model : ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION ได้แก่ ULTRA CONTENT Update การสร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ Language การเลือกใช้วจนภาษาและวจนภาษาที่เหมาะสม Targeting การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน Relate การสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย Arouse การสร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม PRIME OPERATION Plan การวางแผนการดำเนินการปฏิบัติในแผนของหลักสูตร

ประเด็นตัวชี้วัด (KPI) :	ผลการดำเนินงาน
	Regularly ต้องมีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง Integration การผสมผสาน Platform สมัยใหม่ เช่น Line IG YouTube Management ต้องมีผู้ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการที่ชัดเจน Engagement การส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกคนในหลักสูตร
2) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล เพื่อสร้างการรับรู้และติดตามข้อมูลข่าวสาร การบริการวิชาการจากคณะวิทยาการจัดการ ตลอดปีการศึกษา 2564 เป็นต้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20)	ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.45

วิธีการสู่ความสำเร็จ

- การวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้ตามแบบฟอร์มการวิเคราะห์รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์แต่ละหลักสูตร ซึ่งพบว่า รูปแบบการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ 4 มกราคม – 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 เพจประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรการจัดการ ภาควิชาการบริหารธุรกิจ มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์การเผยแพร่ กับ web page engagement มากที่สุด ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวอย่างแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ให้แก่หลักสูตรอื่นๆ ได้ และผู้รับผิดชอบเพจหลักสูตรการจัดการได้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติที่ดี
- การจัดสัมมนาเพื่อให้ได้แนวทางการแก้ปัญหาการสร้าง Content ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน และการจัดประชุมคณะกรรมการดำเนินการจัดการความรู้ระดับคณะ เพื่อสังเคราะห์ กลั่นกรอง สร้างแนวปฏิบัติที่ดีด้านการการสร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล การจัดทำรายการผลการประเมินต่อคณะและรายงานผลการจัดการความรู้ต่อมหาวิทยาลัย

5. ความรู้ที่ได้รับจากการจัดการความรู้

จากขั้นตอนตามแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 ปีการศึกษา 2563 ซึ่งมีเป้าหมายให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของหน่วยงาน มีองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น ดังนี้

การจัดการความรู้แก่บุคลากรสายวิชาการด้านการเรียนการสอนและการวิจัย

ผลลัพธ์ : การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน และตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางการแก้ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์หลักสูตรคณะวิทยาการจัดการ มีแนวปฏิบัติที่เรียกว่า ULTRA CONTENT & PRIME OPERATION FMS MODEL ได้แก่

ULTRA CONTENT

U = Update	สร้างเนื้อหาที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ
L = Langurge	เลือกใช้อรรถาภิธานและวงเล็บภาษาที่เหมาะสม
T = Targeting	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
R = Relate	สร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
A = Arouse	สร้างเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม

PRIME OPERATION

P = Plan	วางแผนการดำเนินการปฏิบัติในแผนของหลักสูตร
R = Regularly	มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง
I = Integration	ผสมผสาน Platform สมัยใหม่ เช่น Line IG Youtube
M = Management	มีผู้ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการที่ชัดเจน
E = Engagement	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกคนในหลักสูตร

6. ผลจากการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์หลักสูตรคณะวิทยาการจัดการ การสร้าง Content ให้มีคุณค่า สู่ชุมชนและการศึกษาออนไลน์แบบยั่งยืน ครั้งที่ 1/2564 ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45)

7. ปัญหาที่พบจากการจัดการความรู้

ด้วยการเตรียมวางแผนงานของกระบวนการจัดการความรู้ KM ในองค์กรและความรู้ในตัวบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ ประจำปีงบประมาณ 2564 ได้เตรียมวางแผนให้บรรลุตามแผนงานที่กำหนดไว้ แต่เนื่องจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ต้องเลื่อน

กิจกรรม และปรับเปลี่ยนกระบวนการขั้นตอนการเผยแพร่องค์กร แนวทางปฏิบัติที่ดี ทำให้บางกิจกรรมจำเป็นต้องยกเลิกยุติลงไม่เป็นไปตามแผนที่เตรียมไว้

8. แนวทางการจัดการความรู้ในปีงบประมาณ 2565

แนวทางในการจัดการความรู้ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ได้วางหัวข้อและแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. การเข้าประชุมคณะกรรมการดำเนินงานการจัดการความรู้ ระดับมหาวิทยาลัย เพื่อกำหนดประเด็นความรู้และเป้าหมายของการจัดการความรู้ประจำปีงบประมาณ 2565 ปีการศึกษา 2564 ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. การจัดทำแผนการจัดการความรู้ระดับหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ 2565 ปีการศึกษา 2564 โดยมีการกำหนดประเด็นที่สนใจและพัฒนาการจัดการความรู้ ภายใต้หัวข้อกิจกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย
3. ดำเนินการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน
4. จัดกิจกรรมการจัดการความรู้ของหน่วยงานและสรุปผลการดำเนินงานการจัดการความรู้
5. ประชุมคณะกรรมการเพื่อวางแผนการจัดการความรู้ในปีงบประมาณต่อไป



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินไชย)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและประกันคุณภาพ

คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564

รายชื่อคณะกรรมการการจัดการความรู้ (KM)
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ประจำปีงบประมาณ 2563

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วาริพัฒน์	มงคลสมัย	ประธานกรรมการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์	คำใจ	กรรมการ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา	อินไชย	กรรมการ
4. อาจารย์ ดร.ประาสี	อนนก	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.สุรัตน์	แสงแก้ว	กรรมการ
6. อาจารย์ ดร.ปวิตร	ศิริเกียรติสกุล	กรรมการ
7. อาจารย์รัชณี	เสาร์แก้ว	กรรมการ
8. อาจารย์กมลวรรณ	สุจริต	กรรมการ
9. อาจารย์กุสุมา	สีดาเพ็ง	กรรมการ
10. อาจารย์ธัญญ์ธิดา	สกริไชยวิทย์	กรรมการ
11. นางสาวจันทร์จิรา	ปัญญา	กรรมการ
12. นางสาวนันทนันท์	เจียมตระกูล	กรรมการ
13. นางสาวณัฐรักษ์	พรมราช	กรรมการ
14. นายพลากร	กวางนอน	กรรมการ
15. นางวิไลลักษณ์	ธูปเทียน	กรรมการ
16. นางสาวศุทธนุช	หทัยพิชิตชัย	กรรมการ
16. นางสาวจารุณี	อินตะสอน	กรรมการและเลขานุการ

////////////////////