



แบบรายงานการจัดการความรู้
มหาวิทยาลัยรังสิต

ชื่อประเด็นความรู้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) : YouTube และ Facebook
เป็นเครื่องมือสร้างการรับรู้และความเข้าใจเรื่อง “สุวรรณภูมิ”

ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์/ ประเด็นการจัดการความรู้

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> การเรียนการสอนและการผลิตบัณฑิต | <input type="checkbox"/> วิจัย / นวัตกรรม |
| <input type="checkbox"/> ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม | <input checked="" type="checkbox"/> การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ |
| <input type="checkbox"/> ภาพลักษณ์ / ชื่อเสียงขององค์กร | <input type="checkbox"/> ความเป็นนานาชาติ |

ข้อมูลของผู้จัดทำโครงการ/ ผู้ให้ความรู้

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์อรวิทย์ ลิขิตวิเศษกุล ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา
รหัสบุคลากร _____ หน่วยงาน ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา

1. Basic principle reported, Concept applications formulated – PLAN

หลักการและเหตุผล / ความสำคัญ / ประเด็นปัญหา *

เมื่อมีการกล่าวถึงคำว่า “สุวรรณภูมิ” สิ่งที่อยู่ในความคิดความเข้าใจของผู้คน “สุวรรณภูมิ คือ สนามบิน” ซึ่งเป็นสนามบินหลักของประเทศไทยนั่นเอง ด้วยเหตุนี้ พันธกิจหลักที่มีความสำคัญอันหนึ่งของศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา คือ การสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่อง “สุวรรณภูมิ” ในแง่ของคุณค่าและความสำคัญของดินแดนอารยธรรมที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่ยุคอดีต และยังคงมีการถ่ายทอดและพัฒนาคุณค่าองค์ความรู้ส่งต่อมายังผู้คนในยุคปัจจุบัน และต่อเนื่องไปในอนาคต

ศูนย์สุวรรณภูมิฯ พิจารณาเห็นว่า การถ่ายทอดองค์ความรู้สุวรรณภูมิ (ที่ได้ศึกษาและรวบรวมมาจากกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ) ให้ผู้คนในยุคปัจจุบันซึ่งมีความหลากหลายทั้งในแง่ของ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ ศาสนา เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ โดยคนกลุ่มนี้ มีจุดร่วมสมัยสำคัญประการหนึ่ง ที่สามารถดึงความสนใจได้ คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) ที่เป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน

และเป้าหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสร้างการรับรู้และความเข้าใจเรื่อง “สุวรรณภูมิ” คือ

- 1) ต้องการสื่อสารให้ผู้คนในปัจจุบันได้ตระหนักและรับรู้ถึงความสำคัญและคุณค่าของภูมิอารยธรรมสุวรรณภูมิที่ยังคงความร่วมมือและสามารถเชื่อมโยงและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับโลกปัจจุบันและอนาคตได้
- 2) ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของสุวรรณภูมิในรูปแบบสื่อที่สร้างสรรค์ทันสมัย สามารถสื่อสารและเข้าถึงการรับรู้ของผู้คนได้ทุกเพศ ทุกวัย มีความสะดวกและรวดเร็ว และสามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างแพร่หลาย
- 3) ต้องการเปลี่ยนมุมมองการรับรู้เรื่องสุวรรณภูมิของผู้คนที่เห็นว่าเป็นเรื่องตลกยุค เก้าแก่ ล้าสมัย (out of date) ว่า **สุวรรณภูมิ** นั้นมีความเป็นปัจจุบันและพัฒนาต่อเนื่องไปอนาคตได้

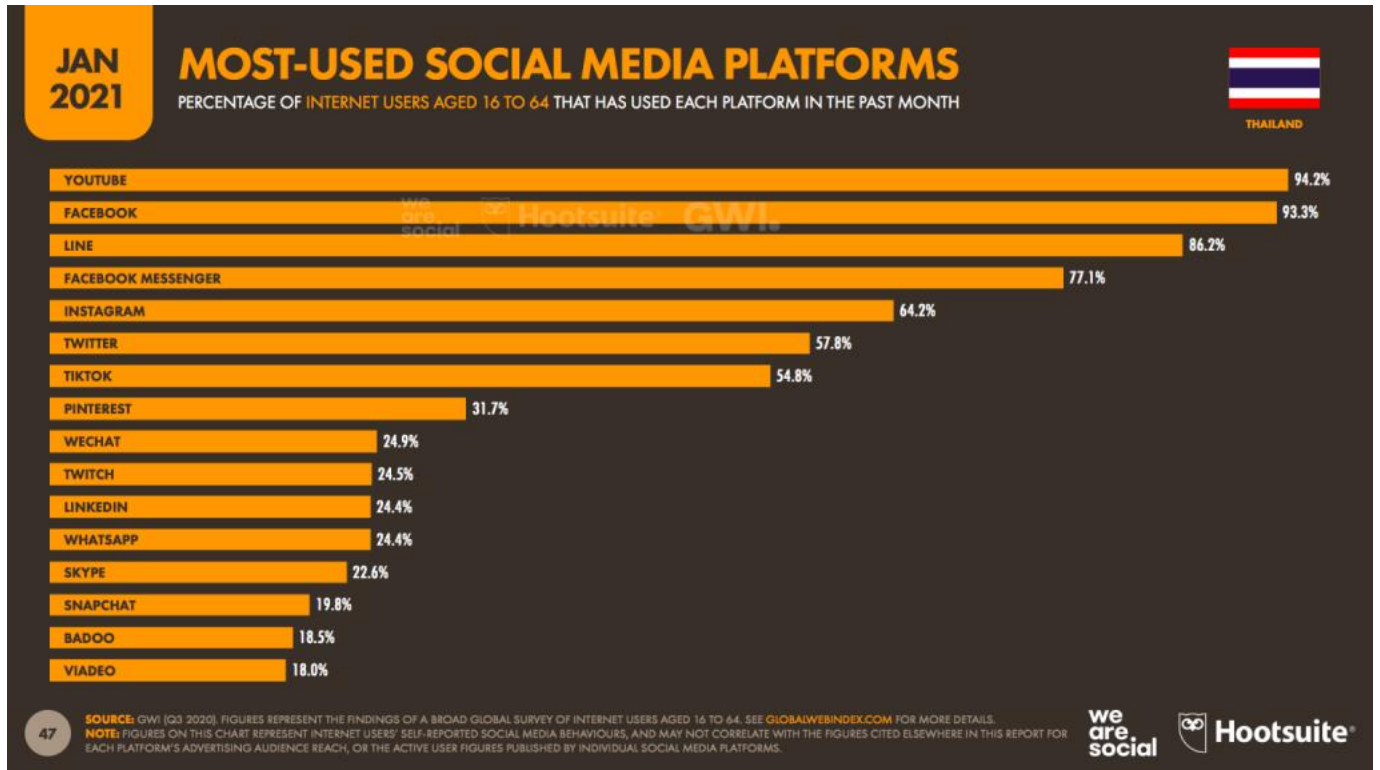
ประเด็นความรู้สำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณา

ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา เลือกลงใช้ **YouTube** และ **Facebook** เป็นเครื่องมือในการสร้างให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจเรื่อง “สุวรรณภูมิ” โดยพิจารณาจากข้อมูลดังต่อไปนี้

ปัจจุบัน รูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกระดับและนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เนื่องจาก สภาพสังคมและวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การสื่อสารด้วยรูปแบบเดิมอาจเข้าไม่ถึงการรับรู้ผู้คนในโลกยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ Online Social Media จึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากขึ้น และมีแนวโน้มจะกลายเป็นสื่อหลักสำหรับผู้คนในโลกอนาคต

จากรายงาน *Thailand Digital Stat 2021* จาก *We Are Social* และ *Hootsuite* เผยว่า **Social Media Platform** ที่คนไทยใช้งานมากที่สุด ในปี 2021 (อ้างอิงจากคนไทยอายุ 16-64 ปี)

อันดับหนึ่ง ได้แก่ **YouTube 94.2 เปอร์เซ็นต์** ซึ่งเดิมที Facebook ครองอันดับหนึ่งในใจคนไทยมาตลอด แต่มาในปี 2020-2021 เป็นปีแรกที่ Facebook ต้องเสียแชมป์ให้กับ YouTube ดังนั้น YouTube จึงถูกนำมาใช้เป็นช่องทางเผยแพร่ความรู้นี้ให้ผู้คนสนใจได้โดยง่าย



ภาพจาก [DATAREPOETAL](https://www.datarepoetal.com)

อันดับสอง ก็คือ **Facebook 93.3 เปอร์เซ็นต์** โดยสถิติจำนวนผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยปี 2020-2021 มีผู้ใช้ Facebook ในไทยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย อยู่ที่ 51 ล้านคน ซึ่งสัดส่วนมีผู้หญิงใช้งานมากกว่าผู้ชายเล็กน้อย

อันดับสาม คือ **LINE 86.2 เปอร์เซ็นต์**

อันดับสี่ คือ **Facebook Messenger 77.1 เปอร์เซ็นต์**

อันดับห้า คือ Instagram 64.2 เปอร์เซ็นต์ โดยในต้นปี 2021 มีคนไทยใช้งาน Instagram กว่า 16 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1 ล้านคน หรือคิดเป็น 6.7 เปอร์เซ็นต์ และมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

จากรายงานของ Nielsen เผยว่าในปี 2563 มีการบริโภคสื่อของผู้บริโภคชาวไทยเพิ่มขึ้น สื่อที่มีการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือ ทีวี ดิจิทัล และวิทยุ โดยปัจจัยหลักๆ มาจากการติดตามข่าวสารจาก 2 สถานการณ์สำคัญ คือ การแพร่ระบาดของโควิด-19 และสถานการณ์ทางการเมือง

โดยผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างไปกับการดูทีวี โดยเฉลี่ย 4 ชั่วโมง 9 นาทีต่อวัน ซึ่งยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของปีก่อนหน้า และใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมากจาก 70 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2562 เป็น 75 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2563 ทั้งนี้ ผู้บริโภคชาวไทยยังใช้เวลากับสื่อดิจิทัลมากขึ้น เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 34 นาทีต่อวัน และการฟังวิทยุในปี 2563 ผู้บริโภคใช้เวลาในการฟังวิทยุ ประมาณ 2 ชั่วโมงในแต่ละวันทีเดียว

และในช่วงการระบาดของโควิด-19 พบว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ใช้เวลาบน Social Media Platform มากกว่าปีก่อนหน้า ในแง่ของกิจกรรมอื่นๆ 38 เปอร์เซ็นต์ ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น 34 เปอร์เซ็นต์ ซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น 33 เปอร์เซ็นต์ ส่งข้อความเพื่อติดต่อกับเพื่อนๆ และครอบครัวมากขึ้น 32 เปอร์เซ็นต์ ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์เพื่อ

เข้าถึงข่าวสารออนไลน์ หรือดูรายการทีวี และ streaming content มากขึ้น ทั้งนี้การเล่นเกมนออนไลน์ยังเป็นกิจกรรมหลักสำหรับ 32 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคอีกด้วย (อ้างอิงข้อมูลจาก : Nielsen)

สรุป จากข้อมูลแนวโน้มการใช้ Online Social Media และการใช้เวลากับ Social Media ของผู้คนข้างต้น ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา พบว่า Online Social Media สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูล สร้างการรับรู้ “ภูมิอารยธรรมสุวรรณภูมิ” ในมุมมองใหม่ นำสมัย และเป็น Soft Power ที่สามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับผู้คน เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ ในวงกว้างมากขึ้น ด้วยรูปแบบสื่อสารสร้างสรรค์ผ่านช่องทาง Social Media ที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจมากที่สุดขณะนี้ คือ **Youtube และ Facebook**

ประเภทของความรู้และที่มาของความรู้

ความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)

ความรู้จากคลังความรู้ของเว็บไซต์ระบบการจัดการความรู้ KM Rangsit University
(<http://lc.rsu.ac.th/km/Knowledgebase>)

เจ้าของความรู้/สังกัด _____

อื่น ๆ (โปรดระบุ) Online Social Media : YouTube, Facebook

ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge)

เจ้าของความรู้/สังกัด _____

อื่น ๆ (ระบุ) _____

วิธีการดำเนินการ *

ขั้นตอนและแนวทางในดำเนินงาน มีภาพรวมดังนี้

| กระบวนการ | รายละเอียด |
|--|---|
| 1. ลงทะเบียนเข้าใช้ YouTube และ Facebook ในนามของ ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต | 1. ลงชื่อเข้าใช้ YouTube Studio 2. สร้าง Facebook page (ใส่รายละเอียดข้อมูลของศูนย์สุวรรณภูมิฯ) |
| 2. รวบรวมข้อมูลจากกิจกรรม/โครงการของศูนย์สุวรรณภูมิฯ | - บันทึกหรือรวบรวมเนื้อหา/ข้อมูลต่างๆ จากการจัดกิจกรรม/โครงการในรูปแบบต่าง เช่น ไฟล์เสียง วิดีโอ บทความ รูปภาพการจัดงาน วิดีโอ บันทึกการทำงาน การเก็บข้อมูลในพื้นที่ ข่าวสารในหนังสือต่างๆ วารสาร แผ่นพับ เป็นต้น เพื่อรวบรวมไว้เป็น content ในการนำเสนอสื่อออนไลน์ |
| 3. คัดเลือกและวิเคราะห์เนื้อหาหรือข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ | - คัดเลือกข้อมูลจากที่รวบรวมไว้ - วิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูล |
| 4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา/ข้อมูลที่มีให้เหมาะสม | - พิจารณาเนื้อหาของข้อมูลที่เหมาะสมและนำไปลง YouTube หรือใน Facebook หรือสามารถเลือกลงได้ทั้งสองช่องทาง เลือกว่าจะใช้สื่อ แบบ Podcast หรือ Digital Content หรือทั้ง 2 ทาง |

| กระบวนการ | รายละเอียด |
|---|---|
| 5. วิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนา | - วิเคราะห์ความต้องการของระบบสารสนเทศที่ต้องใช้ - แปลงรูปแบบของข้อมูลข่าวสารให้อยู่ในรูปแบบที่จะนำไปลงในสื่อออนไลน์ - ออกแบบและพัฒนาเพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ นั้นกระตุ้นความสนใจและเกิดการรับรู้ตามที่ต้องการ |
| 6. ทดสอบก่อนใช้งานจริง | ทดสอบระบบและแก้ไขปรับปรุง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา |
| 7. เผยแพร่/เนื้อหาข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงผู้คน | ทำการประชาสัมพันธ์ เช่น - สร้างกิจกรรมส่งเสริมต่างๆ - สร้างเครือข่ายการให้บริการสารสนเทศทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ Application ที่มีอยู่แล้วใน Facebook, YouTube เป็นต้น |
| 8. ตรวจสอบและประเมินผล | - ตรวจสอบการทำงานของระบบ และการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการรับรู้และความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ ในโอกาสต่อไป เช่น การใช้รายงานสถิติและ เครื่องมือในการวิเคราะห์ อัตรการเข้าชม |
| 9. Update เนื้อหา/ข้อมูลใน Online Social Media | - ให้มีการลงเนื้อหา/ข้อมูลใน Online Social Media และ update อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา หรืออาจมี กิจกรรมที่ให้ผู้เข้าชมมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความน่าสนใจ และมีข้อมูลใหม่ๆ ให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง |

2. Prototype testing in an operational environment - DO

ผลการดำเนินการ การนำไปใช้ หรือการลงมือปฏิบัติจริง อุปสรรคหรือปัญหาในการทำงาน *

1. การดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ ของศูนย์สุวรรณภูมิฯ จะทำประชาสัมพันธ์ให้ประชาคมทราบผ่าน Facebook และ website ของศูนย์สุวรรณภูมิฯ

2. การนำเสนองานเสวนาวิชาการต่างๆ ที่ผ่านมา จัดให้มีการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง Live ใน Facebook หลังจากนั้นจะนำมาตัดต่อเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และนำไปเผยแพร่ใน YouTube และ เว็บไซต์ของศูนย์สุวรรณภูมิฯ อีกทางหนึ่ง

ตัวอย่าง การนำเสนองานเสวนาฯ ที่ศูนย์สุวรรณภูมิฯ จัดขึ้น ผ่าน YouTube



YouTube™

ค้นหา



#WisdomMedia #มหาวิทยาลัยรังสิต #RSU

ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษาม.รังสิต จัดเสวนา CSB TALKs ครั้งที่ 4

การดู 181 ครั้ง · 29 มี.ย. 2020

👍 5 🗨️ ไม่ชอบ ➡️ แชร์ 🔄 คลิป ➡️ บันทึก

ตัวอย่าง การนำเสนองานเสวนาฯ ที่ศูนย์สุวรรณภูมิฯ จัดขึ้นและ Live ผ่าน Facebook



รายการ สุวรรณภูมิ HUB "สุวรรณภูมิ อะไร ทำได้อย่างไร" พบกับการปาฐกถาพิเศษ โดย ศาสตราจารย์(พิเศษ) ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พร้อมด้วยวิทยากรมากฝีมืออีกมากมาย (๐๕:๐๕) กับ รายการเสวนาวิชาการครั้งที่ 1 "สุวรรณภูมิ อะไร ทำได้อย่างไร" ในวันพุธที่ 1 ธันวาคม 2564 เวลา 12.30 ถึง 15.30 น. ณ หอแสดงดนตรี อาคารศิลปวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต

การนำเสนอความรู้ผ่านช่องทาง YouTube และ Facebook นั้นทำให้ผู้ที่สนใจสามารถย้อนกลับมาชมในภายหลัง ได้ตลอดเวลา และศูนย์สุวรรณภูมิฯ ยังนำข้อมูลนี้ไป upload ลงใน website : <https://www.csbrsu.com> อีกช่องทาง

ช่องทาง Online Social Media; Facebook <https://www.facebook.com/CSBRSU>



“กระแสการเปลี่ยนแปลง
 ของสังคมโลก มาแบบรุนแรงและรวดเร็ว
เราต้องร่วมกันออกแบบสร้างชาติ สร้างคน
ที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ของชาติ”

ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์
 อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต

ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา Center of Suvarnabhumi Studies
Rangsit University
 @CSBRSU · วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิศวกรรม

ส่งข้อความ
 สวัสดี! มีอะไรให้เราช่วยไหม

หน้าหลัก กลุ่ม รีวิว วิดีโอ เพิ่มเติม ▾

เกี่ยวกับ ดูทั้งหมด

📌 หลอมรวมเป็นหนึ่งใน สู่สันติสุข ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต

👍 528 คน ถูกใจสิ่งนี้

ศูนย์สุวรรณภูมิศึกษา Center of Suvarnabhumi Studies Rangsit University
 7 ชม. · 🌐

อุปสรรคหรือปัญหาในการดำเนินงาน

1. ศูนย์สุวรรณภูมิฯ ยังจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกในการดำเนินงาน เช่น การถ่ายทำ การจัดฉาก/เวที การตัดต่อ การบันทึกเสียง เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ขาดความอิสระและความคล่องตัวในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี
2. งบประมาณที่จำกัดในการดำเนินงาน
3. ขาดบุคลากรที่เป็นมืออาชีพในการดูแลเนื้อหา Content ให้ทันสมัย มีความน่าสนใจดึงดูดความอยากรู้ของผู้คน
4. การมีงบประมาณและเครื่องมือ/อุปกรณ์อย่างจำกัด มีต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของสาร

3. Proven through successful mission operation, Objectives and Key Results for Knowledge Management - CHECK

การตรวจสอบผลการดำเนินการ การนำเสนอประสบการณ์การนำไปใช้ สรุปและอภิปรายผล บทสรุปความรู้หรือความรู้ที่ค้นพบใหม่ *

การสื่อสารข้อมูลองค์ความรู้เรื่องสุวรรณภูมิ เป็นการหยิบยกเอาเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมาผ่านมานานมาก มานำเสนอให้กับผู้คนในยุค Digital (ได้แก่กลุ่มคน YWN ได้แก่ Young (ผู้เยาว์), Woman (ผู้หญิง), Netizen (ชาวเน็ต)) โดยการนำเอาจุดเด่นของ Online Social Media มาเป็นสื่อกลางในการถ่ายถ่ายทอดองค์ความรู้สุวรรณภูมิ ที่ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง ทุกเพศทุกวัย ไม่มีขีดจำกัด ไร้พรมแดน และเป็นข้อมูลที่รวดเร็วไวทันสมัย เข้าถึงง่าย (ความรู้ง่ายสำเร็จรูป) สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ส่งผลให้กลุ่มคน YWN ที่ได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับภูมิอารยธรรมสุวรรณภูมิ ผ่านช่องทาง YouTube และ Facebook เกิดการรับรู้และมีความเข้าใจถึงคุณค่า ความสำคัญ และบริบทความเป็นสุวรรณภูมิ และสามารถนำไปย่อย เพื่อต่อยอดและพัฒนาแบบแผนชีวิตบนพื้นฐานวัฒนธรรมจากอดีตได้เป็นอย่างดี

4. Objectives and Key Results for Knowledge Management - ACT

ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในอนาคต หรือการดำเนินการเพื่อสามารถนำไปสู่การเป็น Good Practice *

จากผลการประเมินการนำเสนอ สุวรรณภูมิ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ YouTube และ Facebook ออกสู่สาธารณชนที่ผ่านมา ปรากฏผลการตอบรับที่น่าพอใจในระดับดี สร้างความภาคภูมิใจให้กับทีมงานทุกระดับ และจะดำเนินการหาจุดบกพร่องเพื่อปรับปรุงแก้ไข และจุดที่สามารถพัฒนาโดยจะศึกษาค้นคว้าหาภาคีความร่วมมือที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ภารกิจที่จะนำเอาองค์ความรู้สุวรรณภูมิให้ฝังรากลึกในสำนึกของผู้คนออกไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

* ข้อมูลบางส่วนสามารถนำมาจากแบบฟอร์มรายงานการดำเนินโครงการของสำนักงานวางแผนได้ ในกรณีที่โครงการที่ดำเนินการมีประเด็นความรู้ที่สำคัญซึ่งนำมาใช้ในโครงการ