

# โครงการ KMM Day

## ประจำปีการศึกษา 2568

นางสาวสุภาพร พันพอน  
 นายธานีรัตน์ ร่มเกษ  
 นายศักดิ์ดา สมแสน  
 แผนกงานธุรการคณะ งานบริหารงานทั่วไป  
 คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

### การยกระดับงานสื่อสารองค์กรยุคดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี AI เชิงสร้างสรรค์ (AI - Driven PR Transformation)

#### ประเภทผลงาน : การเปลี่ยนผ่านระบบการบริหารองค์กรยุคดิจิทัล และเชื่อมโยงสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

##### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของ “แนวปฏิบัติที่ดี”

ภาระงานประชาสัมพันธ์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เผชิญความท้าทายในการผลิตสื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ภายใต้ภาระงานที่มีปริมาณมาก ทั้งการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์โครงการ และการจัดทำวิดีโอสรุปรายงานผลการดำเนินงาน ท่ามกลางข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร ซึ่งรูปแบบเดิมใช้เวลาผลิตนานและขาดความคล่องตัว จึงได้นำ Generative AI มาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์สื่อ ทั้งภาพกราฟิก และงานวิดีโออัจฉริยะ ควบคู่กับการพัฒนาระบบบริหารงานดิจิทัล เพื่อยกระดับสู่ Smart PR Workflow ที่มีความรวดเร็ว แม่นยำ และมีมาตรฐานตามหลักการบริหารองค์กรยุคใหม่ที่มีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน

##### 2. วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินการ

- 1) เพื่อสร้างระบบการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ที่มีมาตรฐานและจัดเก็บข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ
- 2) เพื่อลดระยะเวลาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วยิ่งขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 50
- 3) เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของคณะให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมและการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

##### 3. ขั้นตอนการดำเนินงาน

##### กระบวนการ PDCA เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยี AI

###### 1. การวางแผน (Plan)

วิเคราะห์ปัญหาและกำหนดเป้าหมาย  
Analyze & Goals

**วิเคราะห์ปัญหา:** งาน PR ปริมาณมาก / งานล่าช้า

**กำหนดเป้าหมาย:** ใช้ AI ลดระยะเวลาการทำงาน

วางแผนการดำเนินงานและเวลาที่ได้รับบริการ

ออกแบบระบบรับงานดิจิทัล

###### 2. การปฏิบัติ (Do)

พัฒนา Smart PR Workflow & ผลิตสื่อ AI  
Develop Smart PR & AI Media

**ขั้นตอนที่ 1** การวางรากฐานระบบบริการดิจิทัล (Digital Service Foundation)

Request for reqs

- แบนเนอร์
- จดหมายข่าว
- ป้ายไวนิล
- วิดีโอ

**ขั้นตอนที่ 2** การเปลี่ยนผ่านจากแบบดั้งเดิมสู่ Generative AI (Process - Creative)

Gemini & ChatGPT

AI generating student

**ขั้นตอนที่ 3** การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสื่อ Multimedia ปริมาณมาก

AI VideoGen

รองรับงาน 25+ ชิ้นงาน

**ขั้นตอนที่ 4** การประเมินผลและปรับปรุงผลงาน (Output & Monitoring)

Facebook Reach

Reach, Engagement

ความพึงพอใจ

###### 3. การตรวจสอบ (Check)

ติดตามและประเมินผล  
Monitor & Evaluate

ติดตาม Data Analytics สื่อโซเชียล (Social Media Analytics)

ตรวจสอบสถิติ (Reach, Engagement)

ประเมินระยะเวลาที่ประหยัดได้ (Saved Time: AI vs. Traditional)

REDUCED TIME

AI vs Traditional

###### 4. การปรับปรุงและพัฒนาผลการดำเนินงาน (Act)

ขยายผลสู่ความยั่งยืน  
Scale Up & Sustainability

สรุปองค์ความรู้เป็น Good Practice (Best Practice Knowledge)

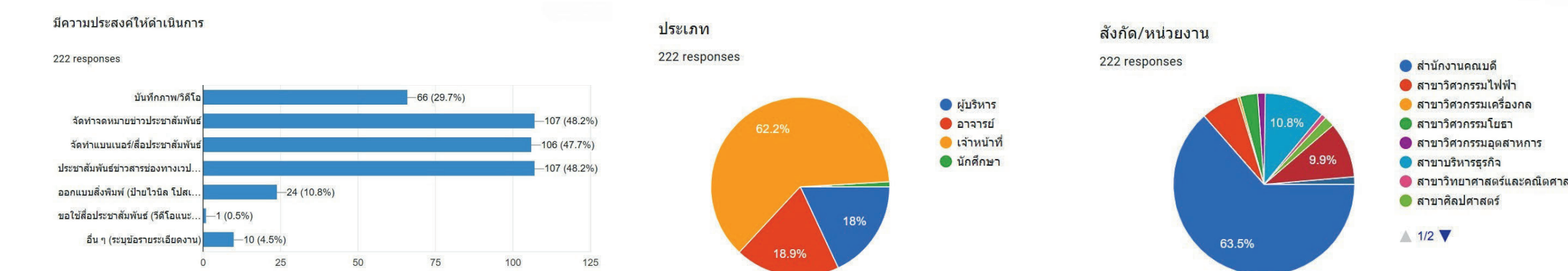
ถ่ายทอดความรู้ในฐานวิทยากร (Share Knowledge, Speaker)

ตรวจสอบพัฒนา Dashboard เพื่อการบริหารงาน PR อย่างยั่งยืน (Develop PR Dashboard for Sustainability)

##### 4. ผลการดำเนินงาน

การยกระดับงานประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผ่านระบบการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม

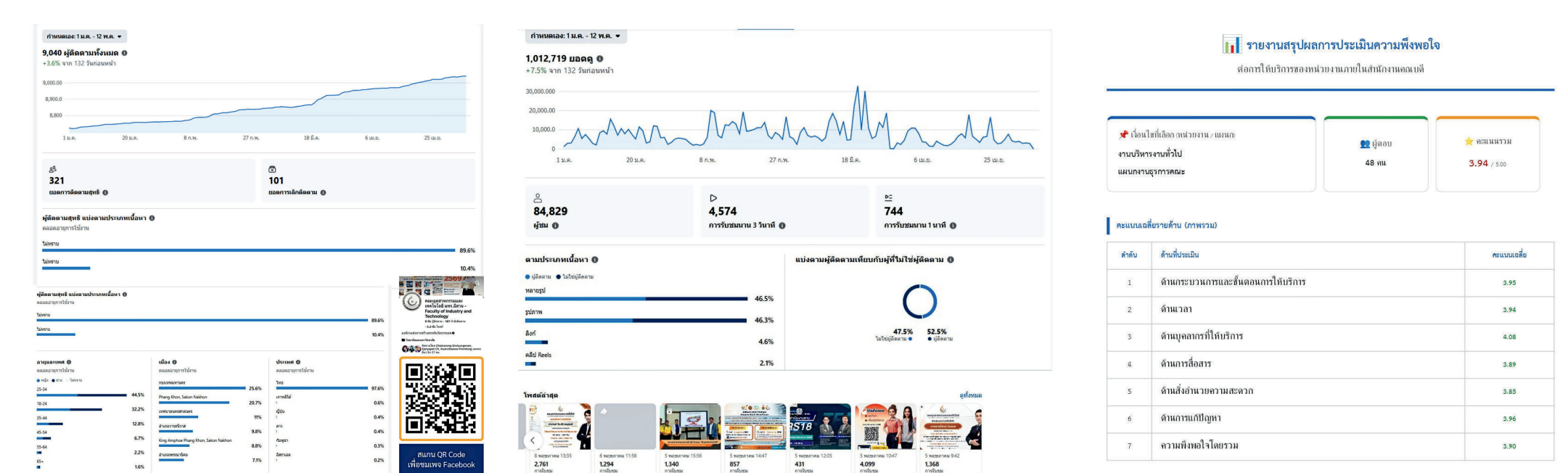
1. การจัดระเบียบการรับบริการผ่าน Google Form ได้อย่างเป็นระบบ 100% และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อได้



2. การนำ AI มาช่วยผลิตสื่อสามารถลดเวลาการออกแบบแบนเนอร์ลงได้กว่าร้อยละ 85 และลดเวลาการผลิตวิดีโอรายงานข่าวประจำเดือนลงได้ร้อยละ 50



3. สื่อมีคุณภาพ ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ได้ดีขึ้น โดยยอด Engagement ที่เพิ่มขึ้น โดยมีผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 โดยปัจจุบันมีผู้ติดตามทั้งหมด 9,040 คน มียอดการรับชมเนื้อหาข่าวรวมกว่า 1,012,719 ครั้ง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5) และมีจำนวนผู้เข้าชมถึง 84,829 ราย ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานได้ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีให้กับคณะฯ



4. ได้รับผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของ งานบริหารงานทั่วไป แผนกงานธุรการคณะ ในระดับ “ดีมาก” ยืนยันถึงผลสัมฤทธิ์ ของแนวปฏิบัติที่ดี ในการพัฒนาระบบงานที่มีมาตรฐานและตรวจสอบได้

##### 5. สรุปการดำเนินการจัดการความรู้



##### ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ด้านบุคลากร (Personnel Factor) : การมีทัศนคติแห่งการเรียนรู้ (Growth Mindset) พร้อมทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อแก้ปัญหาภาระงานที่ล้นมือ
2. ด้านองค์กรและนโยบาย (Organizational & Policy Factor) : หน่วยงานให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัย การได้รับความไว้วางใจและอิสระในการปฏิบัติงานจากผู้บริหาร ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานแบบเดิมสู่ระบบดิจิทัล
3. ด้านกระบวนการทำงาน (Process Factor) : การวางระบบการทำงานที่เป็นขั้นเป็นตอน การทำงานแบบผสมผสาน (Hybrid Approach) เลือกใช้จุดเด่นของ AI มาช่วยในงานส่วนที่ต้องใช้เวลา แล้วนำมาปรับปรุงต่อด้วยความเชี่ยวชาญของมนุษย์ ทำให้งานรวดเร็วแต่ยังคงความถูกต้องและสวยงาม
4. ด้านกลุ่มเป้าหมายและผู้รับบริการ (User Factor) : การตอบรับเชิงบวกจากผู้รับบริการ การมีส่วนร่วมของนักศึกษาในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง

##### ปัญหา/อุปสรรค

- 1) ข้อจำกัดด้านงบประมาณและลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ที่ไม่มีงบประมาณสนับสนุนเครื่องมือออกแบบในระดับ Premium/Pro จึงมีข้อจำกัดด้านปริมาณการเจนภาพต่อวันหรือโควตา การแปลงเสียงพากย์ AI ที่จำกัด
- 2) ขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน เมื่อการใช้งานถึงขีดจำกัด จะต้องรอการรีเซ็ตระบบในวันถัดไป
- 3) ไม่สามารถเข้าถึงฟีเจอร์ระดับสูงที่ช่วยให้งานมีคุณภาพดีขึ้นได้ เช่น การตัดต่อวิดีโอแบบขั้นสูง หรือการเลือกใช้เสียงพากย์ที่มีความเป็นธรรมชาติสูง

##### แนวทางการแก้ไข

1. การวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของงานเพื่อกระจายปริมาณการใช้โควตา AI ให้สมดุลในแต่ละวัน
2. ใช้แนวทางเครื่องมือผสมผสาน (Multi-Tool Approach) เลือกใช้เครื่องมือ AI จากหลายแพลตฟอร์ม เพื่อนำมาใช้งานทดแทนกันในกรณีที่เครื่องมือหลักถึงขีดจำกัดในวันนั้นๆ
3. นำสื่อที่ได้จาก AI เวอร์ชันฟรี มาปรับแต่งรายละเอียดด้วยทักษะส่วนบุคคลในโปรแกรมที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพสูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่

##### 6. การต่อยอดองค์ความรู้หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้น

1. ด้านงานวิจัย : จากองค์ความรู้ในการใช้ AI ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ภาระงานประชาสัมพันธ์ นำข้อมูลสถิติที่ได้จากการปฏิบัติงานจริง (เช่น อัตราการเข้าถึงและความพึงพอใจ) มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยเชิงพัฒนาระบบสื่อสารดิจิทัล เพื่อประเมินประสิทธิภาพของเทคโนโลยี AI ที่มีต่อภาพลักษณ์ของคณะฯ โดยปัจจุบันอยู่ ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสรุปผลในเชิงวิชาการ
2. ด้านนวัตกรรม : ระบบ PR Digital Service & AI Workflow ซึ่งเป็นการบูรณาการระหว่างระบบจัดเก็บข้อมูลดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ ส่งผลให้การปฏิบัติงานอย่างก้าวกระโดดจากระบบเดิมอย่างเห็นได้ชัด (ลดเวลาจากหลายชั่วโมงเหลือไม่เกิน 30 นาที) และกำลังต่อยอดสู่ระบบบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์อัจฉริยะ (Smart PR Tracking & Dashboard) พัฒนาต่อยอดจากระบบรับเรื่องเดิมสู่ระบบติดตามงานแบบ Real-time เพื่อสร้างความโปร่งใสและลดขั้นตอนการประสานงาน