










การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ประจำปีงบประมาณ 2563

เรื่อง การจัดทำสรุปข้อมูลในกระดาษหนึ่งใบให้เข้าใจประเด็น
(One Page Summary and Report)

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

จัดทำโดย
สำนักนายทะเบียนและกฎหมาย
กรมส่งเสริมสหกรณ์

การจัดทำสรุปข้อมูลในกระดาษหนึ่งใบให้เข้าใจประเด็น (One Page Summary and Report)

การนำเสนอในลักษณะ One – page

ความหมายของการสื่อสาร

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร¹ หมายถึง “วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น จากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรืออีกสถานที่หนึ่ง”

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวว่า การสื่อสาร² คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

ราตรี พัฒนรังสรรค์ กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร³ คือ กระบวนการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือความรู้สึกซึ่งอาจเป็นรูปของคำ ตัวอักษร สัญลักษณ์ เรียกว่า ข่าวสาร บุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ส่งไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นได้เข้าใจความหมายตามเจตนาที่ต้องการ และช่วยป้องกันความเข้าใจผิดระหว่างกันและกันอีกด้วย

วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวว่า การสื่อสาร⁴ คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สมาชิกสามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

การสื่อสารโดยใช้ One – page

การสื่อสาร⁵ ต้องคำนึงถึง 6 องค์ประกอบ อันได้แก่ สื่อสารเรื่องอะไร ให้ใคร เพื่ออะไร ต้องการข้อมูลมากแค่ไหน เป็นทางการมากแค่ไหน ตลอดจนเราจะตอบกลับในลักษณะของเอกสารได้อย่างไร โดยการสื่อสารแบบ One – page สามารถสรุปความคิด เรียบเรียง และถ่ายทอดข้อมูลออกมาให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายขึ้น สามารถช่วยจัดระบบความคิด ย่นระยะเวลาการทำงาน พัฒนาการสื่อสาร และพัฒนาคนได้ดียิ่งขึ้น

¹ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2546)

² เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1 – 8 ปรมะ สตะเวทิน (2537: 7)

³ พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2542: 165)

⁴ การประชาสัมพันธ์ วิรัช ลภีรัตนกุล (2546: 159)

⁵ พงศ์ทอง พงศ์วิญญู และคณะ บรรยายในโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “วันแห่งการสร้างการเรียนรู้ (KM’s Day)” ณ กรมส่งเสริมสหกรณ์ วันที่ 27 สิงหาคม 2563

Canvas, Template หรือ One-page หรือสิ่งอื่น ๆ ก็ตามมีส่วนสำคัญในการช่วยให้สามารถช่วยในการสรุปและแก้ไขปัญหามีความซับซ้อน



เรียงเรียง



สรุปความคิด



ถ่ายทอด

ประโยชน์ของการทำ ONE PAGE

จัดระบบความคิด

ย่นเวลาทำงาน

สร้างโอกาสในงาน





คิดมีเหตุผล

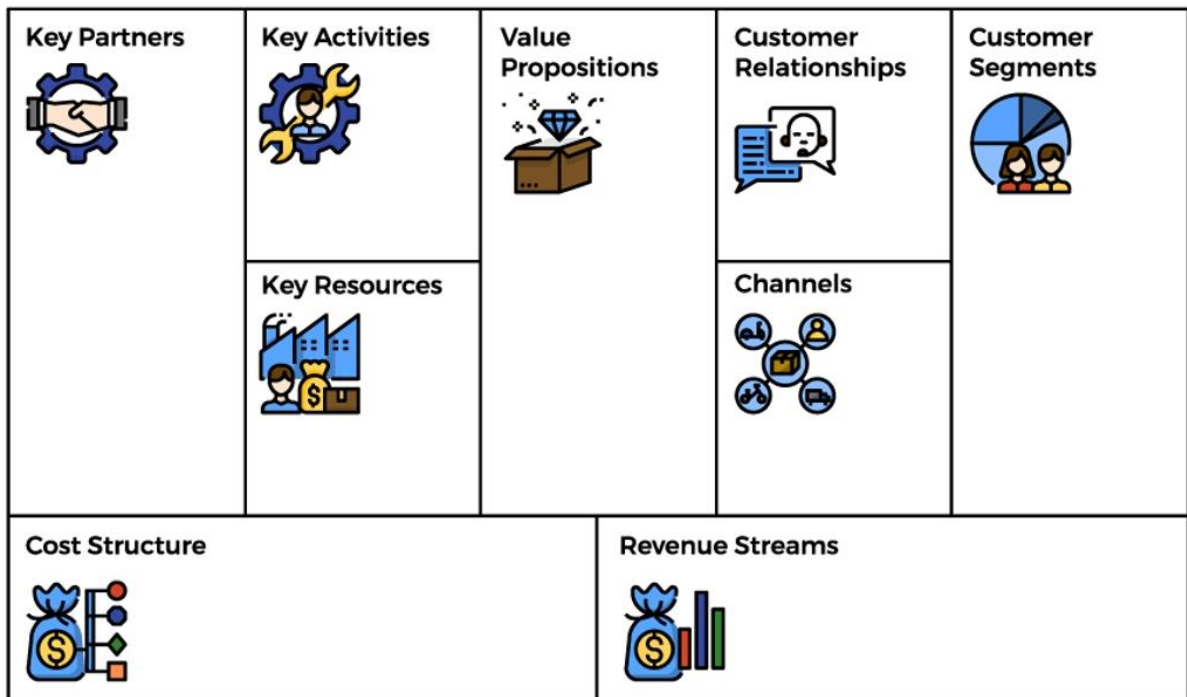
พัฒนาการสื่อสาร

พัฒนาคน

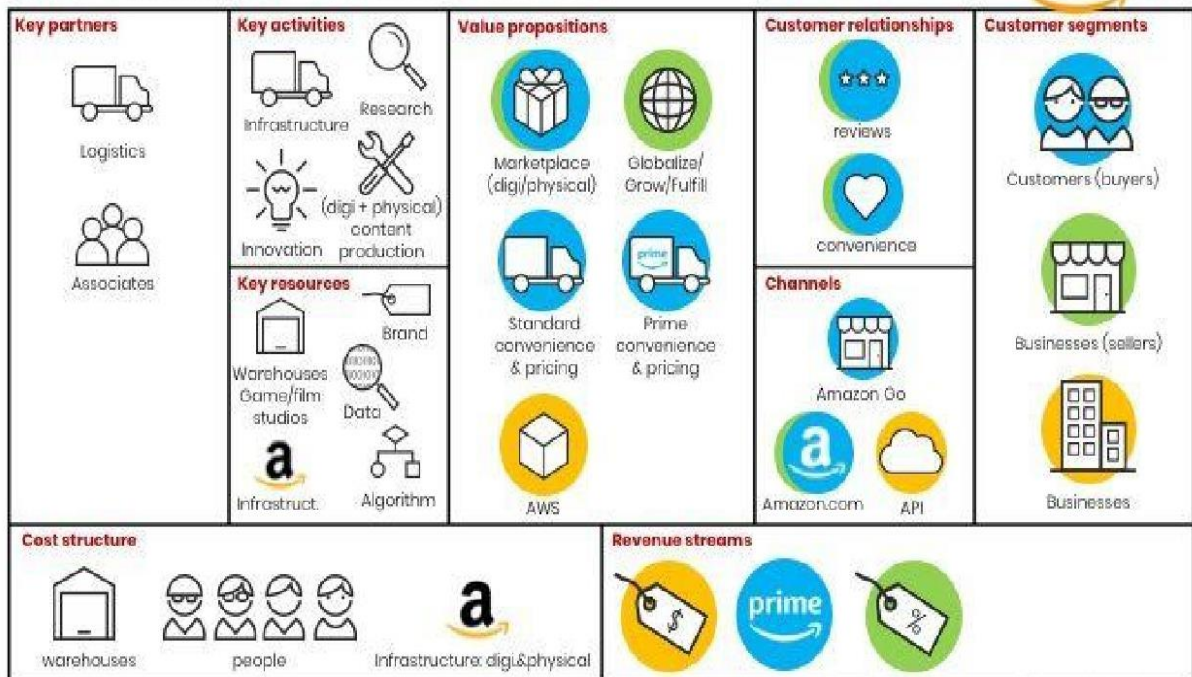
ตัวอย่าง One – page

A3 PROBLEM SOLVING TOOL:	Contact:	Date:	 																								
BACKGROUND / BUSINESS CASE <ul style="list-style-type: none"> What issue or problem do we need to solve? Why is this issue important to solve now? What benefits do we anticipate from solving the problem (e.g., quality, timeliness, cost, customer/employee satisfaction)? 	SOLUTIONS What solutions will solve the root causes? (Tools: Brainstorming and Affinity Diagram) <ul style="list-style-type: none"> What solutions are best and we should recommend? <ul style="list-style-type: none"> ➢ Tool for a few primary options: Impact/Difficulty Matrix ➢ Tool for many options: Criteria Decision Matrix ➢ Consider including an evaluation of the status quo (no change) option What impacts (positive and negative) may result from implementing the solutions? (Tool: Impact Wheel, FMEA) How will we mitigate or resolve negative impacts? What communication or stakeholder engagement is needed? (Tool: Communication Plan) What training is needed? 																										
STAKEHOLDERS <ul style="list-style-type: none"> Who are internal and external customers? Who are team members that will complete the A3 Problem Solving Tool? 	ACTION ITEMS <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Task</th> <th style="width: 15%;">Owner</th> <th style="width: 15%;">Proposed Date</th> <th style="width: 10%;">Actual Date</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> What tasks or actions do we need to take? Who will be responsible for the task? When should the task be completed? (Tools: Action Plan, Gantt Chart) What support and resources are needed for each task? 			Task	Owner	Proposed Date	Actual Date																				
Task	Owner	Proposed Date	Actual Date																								
CURRENT CONDITION <ul style="list-style-type: none"> What do we know? What customer, process, program data/measures do we have on the problem (location, patterns, trends, frequency, factors)? Answer questions like: What errors are occurring? Who is making the errors? Where are the errors occurring? When are the errors occurring? How are the errors occurring? What don't we know and need to find out? We may need to develop a Data Collection Plan that includes: The information/data we need to collect, who will collect the data, data sources, who will prepare the visuals (bar chart, trend, pie chart), when and who will be sent the data. What is the Problem Statement? What specific performance measure needs to improve? We need to understand the scope and nature of the problem before we can create a problem statement. More analysis may be needed if the team cannot write a problem statement. <ul style="list-style-type: none"> ➢ Example: Reduce/increase the number/percent of <?> from <current level> to <desired level> by <date>. 	METRICS/FOLLOW-UP <ul style="list-style-type: none"> What metrics will we use to track progress and performance? How will we validate results? How and when will we check progress and performance (e.g., daily, weekly, 30, 60, 90-days)? What processes will we use to enable, assure, and sustain success? How will we communicate results and share what we learn with others? 																										
ANALYSIS/ROOT CAUSES <ul style="list-style-type: none"> What are root causes? Why are the errors occurring? <ul style="list-style-type: none"> ➢ If the root cause is not obvious, use a root cause analysis tool. Use the simplest tool to show cause-and-effect down to the root cause(s). The root cause should be specific – not vague like “poor communication”. ➢ Tools: 5 Whys, Fishbone diagram, or Affinity and Relations diagrams Does our data verify the root causes? – a team may need to collect additional data to verify the root cause(s) 																											

BUSINESS MODEL CANVAS

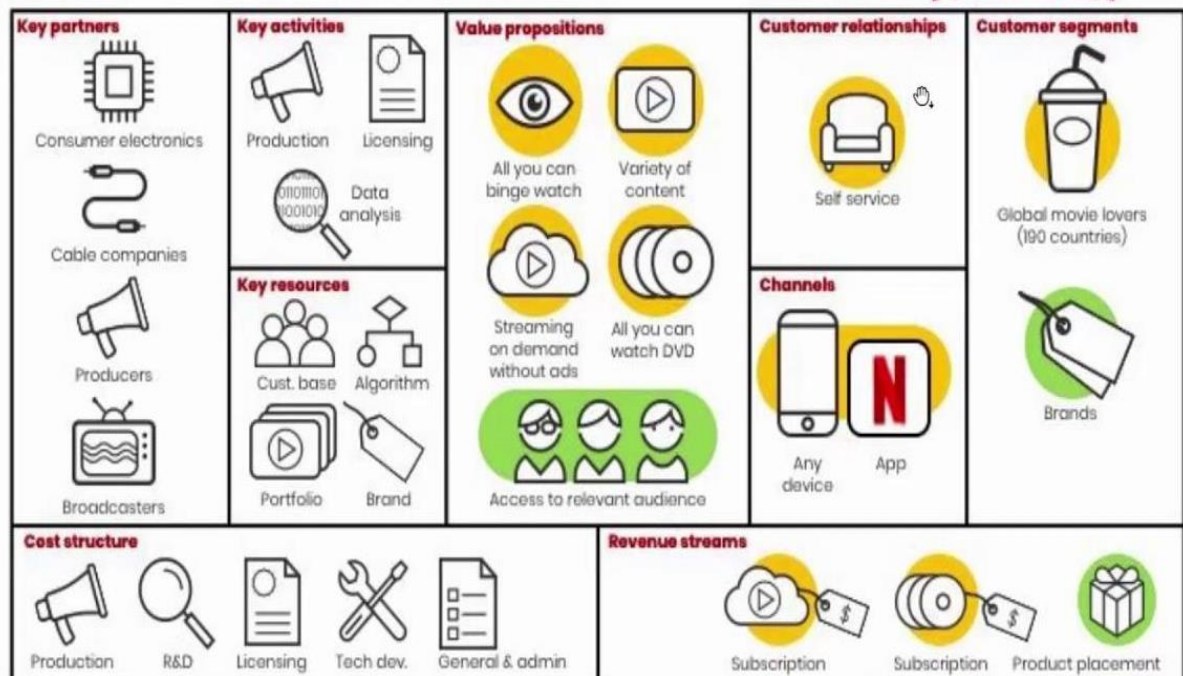


BMI • Business model canvas



Business Models Inc. © www.businessmodelgeneration.com

BMI • Business model canvas



Business Models Inc. © www.businessmodelgeneration.com

Source: <https://www.businessmodelsinc.com/exponential-business-model/netflix/>

Content Marketing Canvas 1.0

Content Objective จุดประสงค์ของการทำคอนเทนต์ เช่น <ul style="list-style-type: none"> • สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย • สร้างยอดขาย • สร้างความเข้าใจ • สร้างความเชื่อมั่น • ฯลฯ 	Content Resource วัตถุประสงค์ที่ทำให้คุณสามารถทำคอนเทนต์ได้ เช่น แหล่งข้อมูล รูปภาพ ตลอดจนถึงคนที่เกี่ยวข้องเพื่อทำงานได้ เช่น Designer / ตากล้อง ฯลฯ	Value Contents "เนื้อหา" ที่คุณต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตอบโจทย์เกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของทั้งธุรกิจและตัวกลุ่มเป้าหมาย	Content Format รูปแบบของคอนเทนต์ที่จะนำเสนอ เช่น รูปภาพ วีดีโอ บทความ ฯลฯ	Target Segment / Personas กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับ Content Objective
	Content Calendar & Management ความถี่เผยแพร่คอนเทนต์ต่างๆ รวมถึงการบริหารจัดการ เช่น คนที่รับผิดชอบ ขั้นตอนการดำเนินงาน ฯลฯ		Content Channel ช่องทางที่จะใช้ในการเผยแพร่คอนเทนต์ อย่างเช่น Facebook / IG / YouTube / Website / ฯลฯ	
Evaluation & KPIs วิธีการวัดผลประสิทธิภาพของคอนเทนต์ ซึ่งจะต้องสอดคล้องไปกับตัว Content Objective รวมถึงระบุ "หน่วยวัด" ที่จะใช้ในการวิเคราะห์			Expected Outcome ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายหลังจากได้รับคอนเทนต์ไปแล้ว	

Copyright @ nuttaputch.com 2017

Digital Transformation Canvas



Copyright © 2020 www.thanapongphan.com



Team Canvas

Version 0.8 | theteamcanvas.com | hello@theteamcanvas.com

Most important things to talk about in the team to make sure your work as a group is productive, happy and stress-free

Team name Date

PEOPLE & ROLES What are our names and the roles we have in the team? What are we called as a team?	COMMON GOALS What you as a group really want to achieve? What is our key goal that is feasible, measurable and time-bounded?	VALUES What do we stand for? What are guiding principles? What are our common values that we want to be at the core of our team?	RULES & ACTIVITIES What are the rules we want to introduce after doing this session? How do we communicate and keep everyone up to date? How do we make decisions? How do we execute and evaluate what we do?
	PERSONAL GOALS What are our individual personal goals? Are there personal agendas that we want to open up?	PURPOSE Why are we doing what we are doing in the first place?	NEEDS & EXPECTATIONS What each one of us needs to be successful? What are our personal needs towards the team to be at our best?
STRENGTHS & ASSETS What are the skills we have in the team that will help us achieve our goals? What are interpersonal/soft skills that we have? What are we good at, individually and as a team?		WEAKNESSES & RISKS What are the weaknesses we have, individually and as a team? What our teammates should know about us? What are some obstacles we see ahead us that we are likely to face?	

Team Canvas by theteamcanvas.com. Created by Alexey Ivanov, Dmitry Voloshchuk. Team Canvas is inspired by Business Model Canvas by Strategyzer.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

ตัวอย่าง One – page ในการนำเสนอโครงการ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานราชการ ดังนี้

ชื่อโครงการ / ผู้รับผิดชอบ		
ความสอดคล้องของแผน / ความสำคัญ	งบประมาณ / ที่มา	ข้อคิดเห็น (หลังการนำเสนอ)
กลุ่มเป้าหมาย / สถานที่ / กิจกรรม		
คำอธิบาย / ประโยชน์ที่จะได้รับ		
สรุป (การดำเนินการต่อ)		

สำหรับหน่วยงานราชการ การตอบข้อหารือหรือนำเสนอโครงการยังคงจำเป็นต้องใช้ออกสารทางราชการที่ยึดตามระเบียบงานสารบรรณ อันประกอบด้วยต้นเรื่อง ข้อเท็จจริง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะ ซึ่งอาจมีความยาวมากกว่า 10 หน้ากระดาษ โดยสามารถนำรูปแบบของ One – page มาประยุกต์ใช้ในการสรุปเนื้อหาให้ตนเองเข้าใจ หรือนำมาประกอบการอธิบายเพื่อนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งจะทำให้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกันได้มากขึ้น

สามารถสรุปผลจากกิจกรรม Work Shop ในโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “วันแห่งการสร้างการเรียนรู้ (KM's Day)” ณ กรมส่งเสริมสหกรณ์ วันที่ 27 สิงหาคม 2563 ได้ว่า การสื่อสารที่ดีจะต้องประกอบด้วย ข้อมูลที่ใช้ (Input) กระบวนการทำงาน (Process) และผลลัพธ์ที่ได้ (Output)

การสรุปประชุมผ่าน LINE⁶

1. การสรุปประชุมผ่าน LINE ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร จะประกอบด้วย

- | | | |
|--|----|------------------------------|
| 1.1 สื่อสารเรื่องอะไร | -> | เรื่องในที่ประชุม |
| 1.2 สื่อสารให้ใคร | -> | ผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน |
| 1.3 สื่อสารเพื่ออะไร | -> | แจ้ง/ประสาน/เรื่องด่วน |
| 1.4 ต้องการข้อมูลมากแค่ไหน | -> | ไม่มาก/เชื่อใจ/ตามหลังได้ |
| 1.5 เป็นทางการมากแค่ไหน | -> | ไม่เป็นทางการแต่มีมารยาท |
| 1.6 ตอบกลับในลักษณะของเอกสารได้อย่างไร | -> | LINE |

2. รูปแบบของการสรุปประชุมผ่าน LINE จะมีรูปแบบแตกต่างกันตามลักษณะของการประชุม อันได้แก่

2.1 การประชุมเฉพาะเรื่อง ประกอบด้วย ชื่อการประชุม ชื่อประธานหรือบุคคลสำคัญ และเนื้อหาการประชุม โดยใช้ตัวเลขจำแนกหัวข้อ (ตามลำดับเหตุการณ์หรือตามประเด็น) มีจังหวัดการเว้นระยะและการใช้เครื่องหมายอย่างเหมาะสม

2.2 การแจ้งคณะทำงาน ประกอบด้วย ชื่อการประชุมและเนื้อหาการประชุม โดยสามารถใช้คำง่าย ๆ ได้ ใช้ตัวเลขจำแนกหัวข้อ (ตามลำดับเหตุการณ์หรือตามประเด็น) มีจังหวัดการเว้นระยะและการใช้เครื่องหมายอย่างเหมาะสมเช่นเดียวกับการประชุมเฉพาะเรื่อง

2.3 การประชุมทั่วไป สามารถใช้เครื่องหมายแสดงความสำคัญหรือให้สัญญาผู้อ่าน โดยบันทึกเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่ควรรู้ หรือที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน อาจใช้คำว่า ข้อสังเกตจากผู้บันทึกการประชุม หรือข้อสังเกตจาก... (ชื่อกลุ่ม/กองงาน) ขึ้นอยู่กับผู้รับ

⁶ พงศ์ทอง พงศ์วิญญู และคณะ บรรยายในโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “วันแห่งการสร้างการเรียนรู้ (KM's Day)” ณ กรมส่งเสริมสหกรณ์ วันที่ 27 สิงหาคม 2563

ภาคผนวก

1. การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 10) โดย วิรัช ลภีรัตนกุล (2546)
2. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554
3. พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน โดย ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2542)
4. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1 – 8 (พิมพ์ครั้งที่ 10) โดย ประมะ สตะเวทิน (2537)