

แบบฟอร์มสรุปองค์ความรู้ที่หน่วยงานใน อย. ได้สร้างขึ้น

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ..2566.....

ชื่อหน่วยงานกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร.....

ชื่อ-สกุลผู้เขียน.....ภญ.ณัฐรัตน์ สหวัชรินทร์.....

1. ชื่อองค์ความรู้/ นวัตกรรมที่สร้างขึ้น

.....การยกระดับการสื่อสารองค์ความรู้ให้เข้าใจง่ายด้วยภาพ.....

2. การบ่งชี้ความรู้

2.1 เป็นองค์ความรู้ที่ต่อยอด/ พัฒนามาจากองค์ความรู้เดิม ในปี พ.ศ. คือ

การสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบ Graphic ให้สวยงามน่าสนใจ.....

2.2 เป็นองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่

3. ประเภทขององค์ความรู้ที่สร้างขึ้น

3.1 ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ หรือทักษะในการทำงาน ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูด หรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย

3.2 ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่เขียนอธิบายออกมาเป็นตัวอักษร เช่น หนังสือ คู่มือการปฏิบัติงาน ไฟล์คอมพิวเตอร์ ฯลฯ

4. วัตถุประสงค์ของการจัดทำองค์ความรู้

.....เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสื่อองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย.....

เกิดประโยชน์กับประชาชนอย่างแท้จริง.....

5. องค์ประกอบของผู้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

- นักออกแบบ

- ผู้ผลิตข้อมูลวิชาการ

6. เครื่องมือการจัดการความรู้ที่ใช้

6.1 แบบสอบถามลักษณะคำถามปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- แบบสอบถามรายละเอียดการผลิตงาน Content เพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ โดยสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ แนวทางการกำหนดเรื่อง การหาข้อมูลอ้างอิง วิธีการนำเสนอ การประเมินผลงาน และการสนับสนุนที่ต้องการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตงาน Content จำนวน 6 คน

- แบบสอบถามรายละเอียดการผลิตงาน Graphic เพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ โดยสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ แนวทางการแปลงข้อมูล การอัปเดตเทรนด์ การประเมินผลงาน และการสนับสนุนที่ต้องการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตงาน Graphic จำนวน 11 คน

6.2 เอกสารการนำเสนอการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่ม Content
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่ม Graphic

7. รูปแบบขององค์ความรู้ที่จัดเก็บ (ในรูป Tacit Knowledge เช่น เอกสาร คู่มือ ไฟล์คอมพิวเตอร์ วิดีทัศน์ ฯลฯ)
.....จัดเก็บในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล.....

8. แหล่งที่จัดเก็บองค์ความรู้
.....Google Drive ของกองที่เปิดสิทธิ์ให้นักออกแบบและผู้ผลิตข้อมูลวิชาการได้เข้าถึงองค์ความรู้ได้.....

9. สรุปล่องค์ความรู้ (เขียนเล่าเรื่องเป็นความเรียงถึงหลักการได้มาซึ่งองค์ความรู้ และเนื้อหาโดยสรุป)

.....การจัดการความรู้ องค์ความรู้: การยกระดับการสื่อสารองค์ความรู้ให้เข้าใจง่ายด้วยภาพ เกิดจากการสำรวจชิ้นงานที่ผลิตและเผยแพร่ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่า ชิ้นงานมียอดการ Like และ Share ชิ้นงานที่ผลิตและเผยแพร่ในปีงบประมาณ 2565 พบว่า มียอดการ Like และ Share อยู่ในระดับที่ต่ำ คือ น้อยกว่า 100 Like และ Share โดยชิ้นงานส่วนใหญ่อ่านเข้าใจยากและสับสนยังไม่ถูกใจผู้อ่านจึงต้องมีการพัฒนาชิ้นงานให้มีความน่าสนใจมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน โดยกลุ่มเป้าหมายที่มีการจัดการเรียนรู้นั้น ประกอบด้วย นักออกแบบ และผู้ผลิตข้อมูลวิชาการในกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

จากการระดมสมองผู้ที่ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ปัญหา พบว่า ปัญหาเกิดจาก 2 ส่วนหลัก คือ Content ไม่สวย ไม่ถูกใจ และประเด็นที่เผยแพร่ไม่ทันกระแส จึงมีการดำเนินการจัดการความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาดังนี้

1. ปัญหาประเด็น Content ไม่สวย ไม่ถูกใจ: แก้ปัญหา โดยพัฒนาการเขียน Content กำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้อ่าน แชร์เทคนิคและทรัพยากรร่วมกัน

2. ปัญหาเกี่ยวกับประเด็นที่เผยแพร่ไม่ทันกระแส: แก้ปัญหา โดยจัดทำปฏิทินเทศกาลเพื่อวางแผนเรื่องที่ทำและระบุประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งปี

ต่อมาได้มีการกำหนดโครงสร้างองค์ความรู้ มีการประมวลและกลั่นกรององค์ความรู้ โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามลักษณะคำถามปลายเปิด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสรุปล่องค์ความรู้และประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวทางการพัฒนาชิ้นงาน และแนวทางการสนับสนุนทรัพยากร อีกทั้งมีการจัดประชุมการแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยแบ่งเป็น 2 ครั้งตามกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่ม Content และกลุ่ม Graphic ซึ่งผลผลิตที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเรียนรู้ มีดังนี้

1. จัดทำปฏิทินเทศกาล
2. กำหนดและแบ่งปันแนวทางการออกแบบ เทคนิค และการใช้สีเพื่อสื่อความหมาย
3. กำหนดแนวทางการประเมินการทำงานของตนเองทั้งกลุ่ม Content และกลุ่ม Graphic

10. กลุ่มเป้าหมายที่สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้

- นักออกแบบ
- ผู้ผลิตข้อมูลวิชาการ

11. ผลของการนำองค์ความรู้ไปใช้/ ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลิตชิ้นงานสำหรับให้ความรู้ประชาชนให้มีความน่าสนใจ ซึ่งจะทำให้ประชาชนเห็นชิ้นงานหรือสื่อที่ผลิตมากขึ้น เกิดประโยชน์จากข้อมูลความรู้ของชิ้นงานในวงกว้างมากขึ้น

12. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง/ ต่อยอดองค์ความรู้

.....ควรนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในงานผลิตสื่อภาพเคลื่อนไหว หรือสื่อรูปแบบอื่นที่มีกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารคือประชาชนเหมือนกัน.....