

Storytelling & Knowledge Capture



ดึง Tacit Knowledge ผ่านเรื่องเล่า

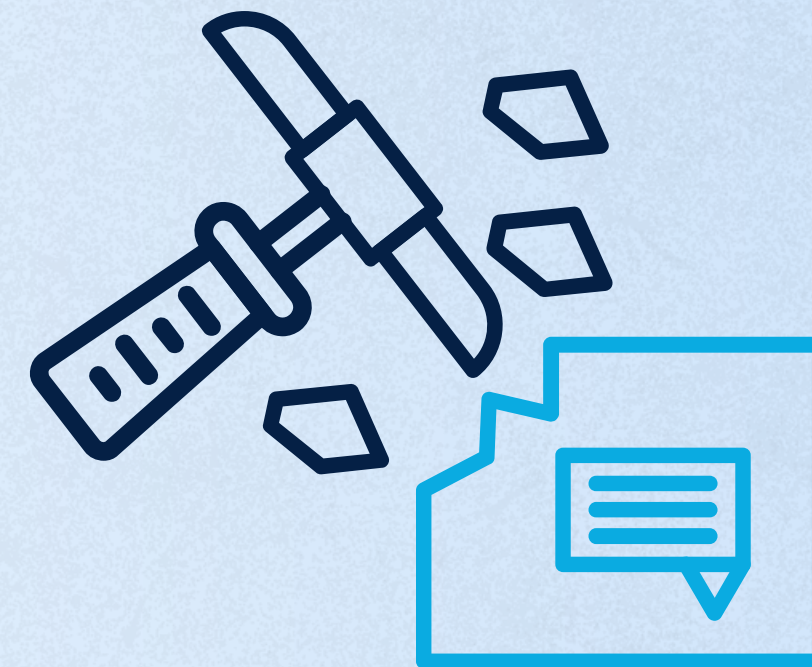


January 27, 2026

Presented By:
อลิสร่า คุประสิทธิ์

สำนักสื่อสารองค์กร (สสอ.)
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

Icebreaker Question



เล่าเรื่องงานที่ยากที่สุดของคุณ
ใน 1 ประโยค



ทำไม KM ต้อง ใช้ Story



ความรู้มี แต่ไม่ถูกใช้



Tacit Knowledge (TK) หายไป



Story ทำให้คนเข้าใจเร็ว



Storytelling $\neq$ เล่านิทาน

แต่คือ

KM Tool
(เครื่องมือการจัดการความรู้)



Tacit Knowledge (TK) อยู่ตรงไหน



การตัดสินใจ

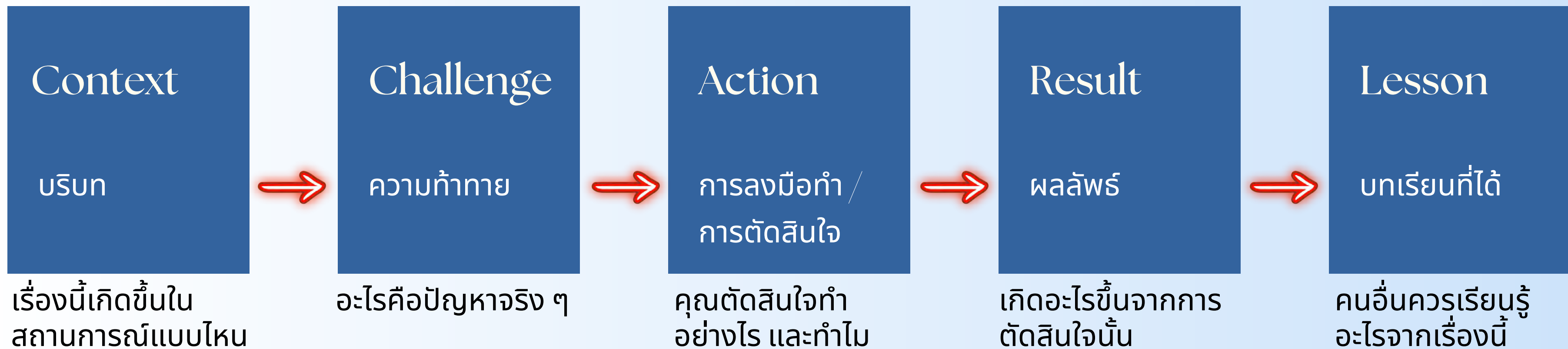


ประสบการณ์



**สิ่งที่ไม่อยู่ใน
รายงาน**

KM Story Structure



KM Story Canvas

เครื่องมือคิดเชิง KM สำหรับ
“ตั้ง–จัดระเบียบ–เปลี่ยนแปลงประสบการณ์จริง
ให้กลายเป็นความรู้ที่องค์กรใช้ต่อได้”

KM Story Canvas	
Capture & Share Tacit Knowledge	
Context บริบท	Challenge ความท้าทาย
 What is the Background? ที่มาของเรื่องคืออะไร Purpose: เป้าหมาย Goal: วัตถุประสงค์	 What was the Problem? เจอปัญหาอะไรบ้าง Issue: ปัญหาที่เจอ Obstacle: อุปสรรค/ข้อจำกัด
Action / Decision การตัดสินใจ/การลงมือทำ	Result ผลลัพธ์
 What Did You Do? ตัดสินใจหรือทำอะไรไป Key Actions: การกระทำที่สำคัญ Decision: การตัดสินใจ	 What Was the Outcome? ผลลัพธ์คืออะไร Outcome: ผลลัพธ์ที่เกิด Impact: ผลกระทบ
Lessons Learned ข้อคิดที่ได้เรียนรู้	
 What Insights Can Be Shared? ตั้ง / ถอดบทเรียนอะไรได้บ้าง • Key Insight: ข้อคิดสำคัญ • Pitfall to Avoid: ข้อผิดพลาดที่ควรเลี่ยง • Best Practice: แนวทางที่ดีที่สุด	

วิธีใช้ Canvas

เขียนสั้น ไม่ต้องสวย

เน้น “เหตุผลและการตัดสินใจ”

ไม่เน้นรายละเอียด

KM Story Canvas

Capture & Share Tacit Knowledge

Context บริบท



What is the Background? ที่มาของเรื่องคืออะไร

Purpose: เป้าหมาย

Goal: วัตถุประสงค์

Challenge ความท้าทาย



What was the Problem? เจอปัญหาอะไรบ้าง

Issue: ปัญหาที่เจอ

Obstacle: อุปสรรค/ข้อจำกัด

Action / Decision การตัดสินใจ/การลงมือทำ



What Did You Do? ตัดสินใจหรือทำอะไรไป

Key Actions: การกระทำที่สำคัญ

Decision: การตัดสินใจ

Result ผลลัพธ์



What Was the Outcome? ผลลัพธ์คืออะไร

Outcome: ผลลัพธ์ที่เกิด

Impact: ผลกระทบ

Lessons Learned ข้อคิดที่ได้เรียนรู้



What Insights Can Be Shared? ดึง / ถอดบทเรียนอะไรได้บ้าง

- Key Insight: ข้อคิดสำคัญ
- Pitfall to Avoid: ข้อผิดพลาดที่ควรเลี่ยง
- Best Practice: แนวทางที่ดีที่สุด

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง Tacit Knowledge นักวิจัย

🎯 ดึง Tacit Knowledge ด้าน การออกแบบงานวิจัย / ภาคนาม / การตัดสินใจเชิงวิชาการ
Context

- งานวิจัยนี้อยู่ในขั้นตอนไหน (ออกแบบ / ภาคนาม / วิเคราะห์ / ถ่ายทอด)
- วัตถุประสงค์หลักของการตัดสินใจครั้งนี้คืออะไร

Challenge

- ปัญหาหรือความไม่แน่นอนที่พบคืออะไร
- อะไรที่เอกสารหรือระเบียบวิธีวิจัยไม่ได้บอกไว้

Action / Decision

- คุณตัดสินใจปรับเปลี่ยนอะไรจากแผนเดิม
- เหตุผลเชิงประสบการณ์ใดที่ทำให้เลือกแนวทางนี้
- มีทางเลือกอื่นที่พิจารณาแต่ไม่เลือกหรือไม่ เพราะอะไร

Result

- ผลลัพธ์จริงที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร
- มีผลข้างเคียงหรือสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นหรือไม่

Lesson Learned & การใช้ต่อ

- บทเรียนเชิงวิชาการ/เชิงปฏิบัติที่ได้คืออะไร
- หากนักวิจัยคนอื่นทำเรื่องคล้ายกัน ควรระวังอะไร
- ความรู้นี้ควรถูกนำไปใช้ต่ออย่างไร (แนวทางวิจัย / case / ถ่ายทอดชุมชน)

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง TK ผู้ให้บริการ (Frontline)

🎯 ดึง Tacit Knowledge ด้าน การรับมือผู้ใช้ / การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า / การบริการ
Context

- เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นขณะให้บริการประเภทใด
- ผู้รับบริการมีความคาดหวังหรืออารมณ์อย่างไร

Challenge

- ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงคืออะไร
- อะไรทำให้สถานการณ์นี้จัดการยาก

Action / Decision

- คุณตัดสินใจทำอะไรในขณะนั้น
- ใช้ทักษะหรือประสบการณ์ใดช่วยตัดสินใจ
- มีทางเลือกอื่นที่อาจทำได้หรือไม่

Result

- ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการเป็นอย่างไร
- สถานการณ์คลี่คลายหรือไม่

Lesson Learned & การใช้ต่อ

- บทเรียนสำคัญในการให้บริการคืออะไร
- หากเพื่อนร่วมงานเจอสถานการณ์แบบนี้ ควรทำอย่างไร
- บทเรียนนี้ควรถูกนำไปใช้ต่อไปในการฝึกอบรมหรือคู่มือบริการหรือไม่

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง TK KM Team

🎯 ดึง Tacit Knowledge ด้าน การออกแบบกระบวนการ KM / การทำงานกับคน / วัฒนธรรมองค์กร
Context

- เรื่องนี้เกี่ยวข้องกับกิจกรรม KM ด้านใด
- เป้าหมายของกิจกรรม KM ครั้งนี้คืออะไร

Challenge

- ปัญหาที่พบในการทำ KM คืออะไร
- อุปสรรคที่เกิดจาก “คน” หรือ “วัฒนธรรมองค์กร” คืออะไร

Action / Decision

- คุณเลือกใช้แนวทางหรือเครื่องมือใดในการขับเคลื่อน KM
- เหตุผลหรือประสบการณ์ใดที่ทำให้เลือกวิธีนี้
- เคยลองวิธีอื่นมาก่อนหรือไม่ และเกิดอะไรขึ้น

Result

- ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร
- สิ่งใดได้ผลดี / สิ่งใดไม่ได้ผล

Lesson Learned & การใช้ต่อ

- บทเรียนสำคัญในการทำ KM คืออะไร
- หากทีม KM อื่นนำไปใช้ ควรปรับอย่างไร
- บทเรียนนี้ควรถูกนำไปใช้ต่อเป็นแนวปฏิบัติหรือ template ใด

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง TK ผู้บริหาร

🎯 ดึง Tacit Knowledge ด้าน การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ / คน / การเปลี่ยนแปลง

Context

- การตัดสินใจนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องใด (กลยุทธ์ / บุคลากร / ทรัพยากร / การเปลี่ยนแปลง)
- มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใครบ้าง

Challenge

- ความท้าทายหรือความเสี่ยงหลักคืออะไร
- อะไรที่ทำให้การตัดสินใจครั้งนี้ยาก

Action / Decision

- คุณเลือกแนวทางใด และเพราะเหตุใด
- ประสพการณ์ในอดีตหรือหลักคิดใดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ
- สิ่งใดที่คุณ “กังวลที่สุด” ตอนตัดสินใจ

Result

- ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับที่คาดหวังหรือไม่
- มีผลกระทบต่อคน/องค์กรอย่างไร

Lesson Learned & การใช้ต่อ

- บทเรียนเชิงการบริหารที่ได้คืออะไร
- หากผู้บริหารคนอื่นต้องตัดสินใจลักษณะเดียวกัน ควรคำนึงถึงอะไร
- บทเรียนนี้ควรถูกใช้ต่อในรูปแบบใด (นโยบาย / พัฒนาผู้นำ / risk management)

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง TK ผู้รับผิดชอบ SE-AM

🎯 ดึง Tacit Knowledge ด้านการดำเนินงานตามเกณฑ์ / การตีความเกณฑ์ / การตัดสินใจเชิงระบบ

Context

- เรื่องนี้เกี่ยวข้องกับ Enabler / หมวดใดของ SE-AM
- เป้าหมายของการดำเนินงานตามเกณฑ์ข้อนี้คืออะไร
- คุณเข้าใจ เจตนารมณ์ของเกณฑ์ข้อนี้ อย่างไร

Challenge

- ปัญหาหรือความยากในการทำให้ ตรงเจตนารมณ์เกณฑ์ คืออะไร
- มีประเด็นใดที่เกณฑ์ ไม่ชัด ต้องใช้ดุลยพินิจ
- อุปสรรคที่เกิดจาก คน / โครงสร้าง / ระบบ / ข้อมูล คืออะไร

Action / Decision

- คุณเลือกออกแบบกระบวนการหรือแนวทางใดเพื่อให้ตอบเกณฑ์นี้
- เหตุผลหรือประสพการณ์ใดที่ทำให้เลือกแนวทางนี้
- เคยพิจารณาหรือทดลองแนวทางอื่นหรือไม่ และเกิดอะไรขึ้น

Result

- ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ตอบเป้าหมายเกณฑ์หรือไม่
- สิ่งใดได้ผลดี / สิ่งใดไม่ได้ผลตามคาด
- มีผลลัพธ์ใดที่ เกณฑ์ไม่วัด แต่ทีมงานเห็นชัด

ตัวอย่างคำถามเพื่อดึง TK ผู้รับผิดชอบ SE-AM (ต่อ)

Lesson Learned & การใช้ต่อ

- บทเรียนสำคัญจากการดำเนินงานตามเกณฑ์นี้คืออะไร
- หากผู้รับผิดชอบ SE-AM คนอื่นจะทำเรื่องเดียวกัน ควรปรับอย่างไร
- บทเรียนนี้ควรถูกนำไปใช้ต่อเป็น
 - แนวปฏิบัติ (Best Practice)
 - Guideline / Template
 - Training / Coaching
 - เครื่องมือ / Dashboard



Activity :

คุณเคยตัดสินใจยาก ๆ เรื่องอะไรในงาน?

สิ่งที่ต้องจับ

- Tacit Knowledge
- Lesson Learned
- การใช้ต่อ



สูตรการเล่าเรื่อง

Storytelling #1

เล่าอย่างไรให้เกิด Impact



- รู้จักคนที่คุณต้องการจะสื่อสารด้วย
- รู้จักช่องทางที่คุณจะเผยแพร่ เพราะการนำเสนอสำหรับแต่ละช่องทาง มีลักษณะการเล่าเรื่องที่แตกต่างกัน
- ปรับปรุงสื่อของคุณให้เหมาะสมกับกลุ่มคนและช่องทางที่จะนำเสนอ
- วิธีเล่าเรื่อง : จบภายในครั้งเดียว หรือ เป็นตอนๆ
- สร้างความมีส่วนร่วมทั้งทางอารมณ์และประสบการณ์ร่วม

#StorytellingforImpactByAlissara

จัดโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.)

Storytelling #2

สูตรการเล่าเรื่องแบบที่ 1-2



• Before-After-Bridge

เริ่มจาก เล่าสถานการณ์ปัญหาที่จะเจอ

จากนั้น บอกให้เห็นถึงสถานการณ์ในอนาคตเมื่อแก้ปัญหาแล้ว

ปิดท้าย ด้วยการบอกว่าต้องทำอะไรถึงจะไปถึงจุดนั้น

• Problem-Agitate-Solve

เริ่มจาก เล่าปัญหาที่จะเจอ

จากนั้น เน้นย้ำปัญหาเพื่อเรารู้สึกว่าเป็นสิ่งที่กวนใจต้องรีบจัดการ

ปิดท้าย ด้วยการบอกว่าวิธีแก้ปัญหาก็ที่กวนใจเหล่านั้นคืออะไร อย่างไร

ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place

สูตรการเล่าเรื่อง

Storytelling #3

สูตรการเล่าเรื่องแบบที่ 3-4



- **Features-Advantages-Benefits**

เริ่มจาก เล่าว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์/กระบวนการ/บริการนี้คืออะไร

จากนั้น บอกให้เห็นว่าสามารถทำอะไรได้บ้างและจะช่วยอะไร

ปิดท้าย ด้วยการบอกว่าทำไมต้องให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่จะได้รับ

- **Dale Carnegie's Magic**

Incident เล่าประสบการณ์คุณเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ&การมีส่วนร่วม

Action เล่าความจำเป็นที่ต้องดำเนินการแก้ไขและวิธีในการแก้ไข

Benefit ปิดด้วยการบอกว่าประโยชน์ที่จะได้หากทำตาม

ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place

Storytelling #4

สูตรการเล่าเรื่องสำหรับทำ Clip 1



- **Freytag's Pyramid: Five-Act Structure** มีลำดับการเล่าเรื่องดังนี้

1 **Exposition** เล่าถึงจุดเริ่มต้นของเรื่องราว ตัวละคร และปูมหลัง

2 **Rising Action** เล่าถึงเหตุการณ์สำคัญๆที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจนนำไปสู่จุดเปลี่ยน ความพยายามที่ลุกขึ้นลงมือทำเพื่อแก้ปัญหา

3 **Climax** บอกถึงจุดที่เปลี่ยนแปลงสถานการณ์ที่เจอกับปัญหาความตึงเครียดมากที่สุด

4 **Falling Action** บอกถึงความขัดแย้ง การตัดสินใจที่จะต่อสู้หรือไม่ทำ

5 **Denouement** บทสรุปปมหรือการแก้ไขปัญหาและสิ่งที่เกิดกับตัวละคร

ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place



สูตรการเล่าเรื่อง

Storytelling #5

สูตรการเล่าเรื่องสำหรับทำ Clip 2



- **Andy Raskin's Greatest Sales Deck Pitch** มีลำดับการเล่าเรื่องดังนี้
 - 1 **Name a Big, Relevant Change in the World** เล่าถึงการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ซึ่งส่งผลกระทบต่อโลกทั้งด้านมูลค่าและต้องรีบที่จะจัดการ
 - 2 **Show There Will Be Winners and Losers** ชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงนี้จะทำให้เกิดผู้ชนะและผู้แพ้
 - 3 **Tease The Promised Land** นำเสนอสิ่งที่จะได้เมื่อได้รับความช่วยเหลือจากเรา
 - 4 **Introduce Features As A Way To Overcome Obstacles To Promised Land** บอกถึงความขัดแย้ง แนะนำคุณสมบัติที่พิเศษของเรา
 - 5 **Present Evidence You Can Make The Story Come True** ยกตัวอย่างความสำเร็จของผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากเรา

ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place

Storytelling #6

สูตรการเล่าเรื่องสำหรับทำ Clip 3



- **Dave Lieber's V Formula** มีลำดับการเล่าเรื่องดังนี้
 - 1 **Introduce the character** แนะนำตัวละครและปูมหลัง
 - 2 **Bring the story to its lowest point** เร้าอารมณ์ร่วมด้วยการเล่าเหตุการณ์ที่นำไปสู่ความผิดพลาด การเรียนรู้ และการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสของตัวละคร
 - 3 **Turn the story around and finish with a happy ending** เล่าให้เห็นว่าเมื่อเหตุการณ์มาถึงจุดต่ำสุด เกิดการปรับปรุงอย่างไร จนได้รับความสำเร็จอย่างที่เราเห็น

ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place



ทว.ทISTR
สำนักสื่อสารองค์กร (สสอ.)

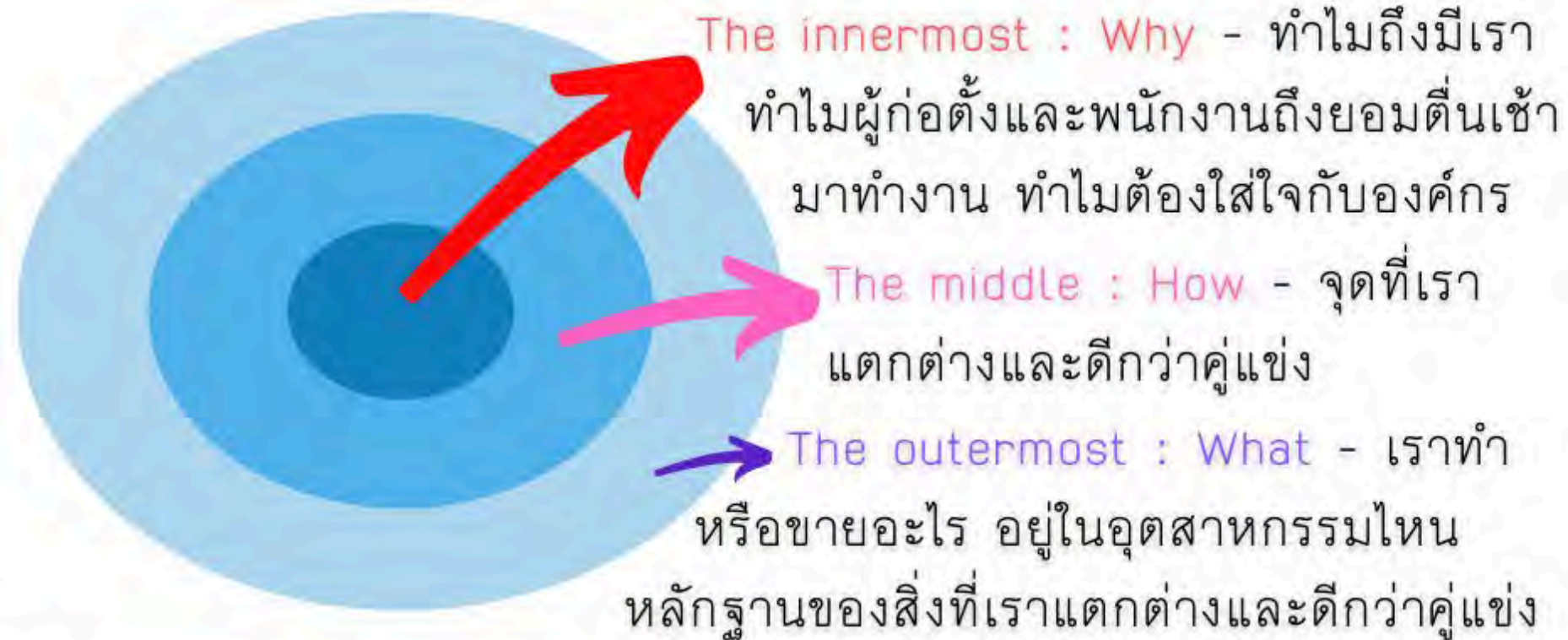
สูตรการเล่าเรื่อง

Storytelling #7

สูตรการเล่าเรื่องสำหรับทำ Clip 4



- Simon Sinek's Golden Circle มีลำดับการเล่าเรื่องดังนี้



ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place

Storytelling #8

สูตรการเล่าเรื่องสำหรับการขายงาน



- Star-Chain-Hook มีลำดับการเล่าเรื่องดังนี้
 - เรียกความสนใจด้วยจังหวะและบรรยากาศที่เป็นบวก โดยนำเสนอประเด็นสำคัญเพียงหนึ่งเดียวที่ต้องการกล่าวในครั้งนี้
 - เล่าถึงชุดข้อมูล ประโยชน์ และ เหตุผลที่น่าเชื่อถือ เช่น ข้อเท็จจริง แนวความคิด สถิติ รายงานผลการศึกษาวิจัย การกล่าวถึงโดยสื่อหรือผู้มีอิทธิพลทางความคิดในแวดวงสังคม การรับรองโดยผู้เชี่ยวชาญ
 - กระตุ้นการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองได้ง่ายเพื่อให้ลงมือทำด้วยการยกตัวอย่างถึงบุคคลที่ 3 ที่ประสบความสำเร็จหลังจากได้นำแนวคิดหรือวิธีนี้ไปใช้ พร้อมทั้งบอกว่า มีวิธีหรือขั้นตอนในการทำอะไร

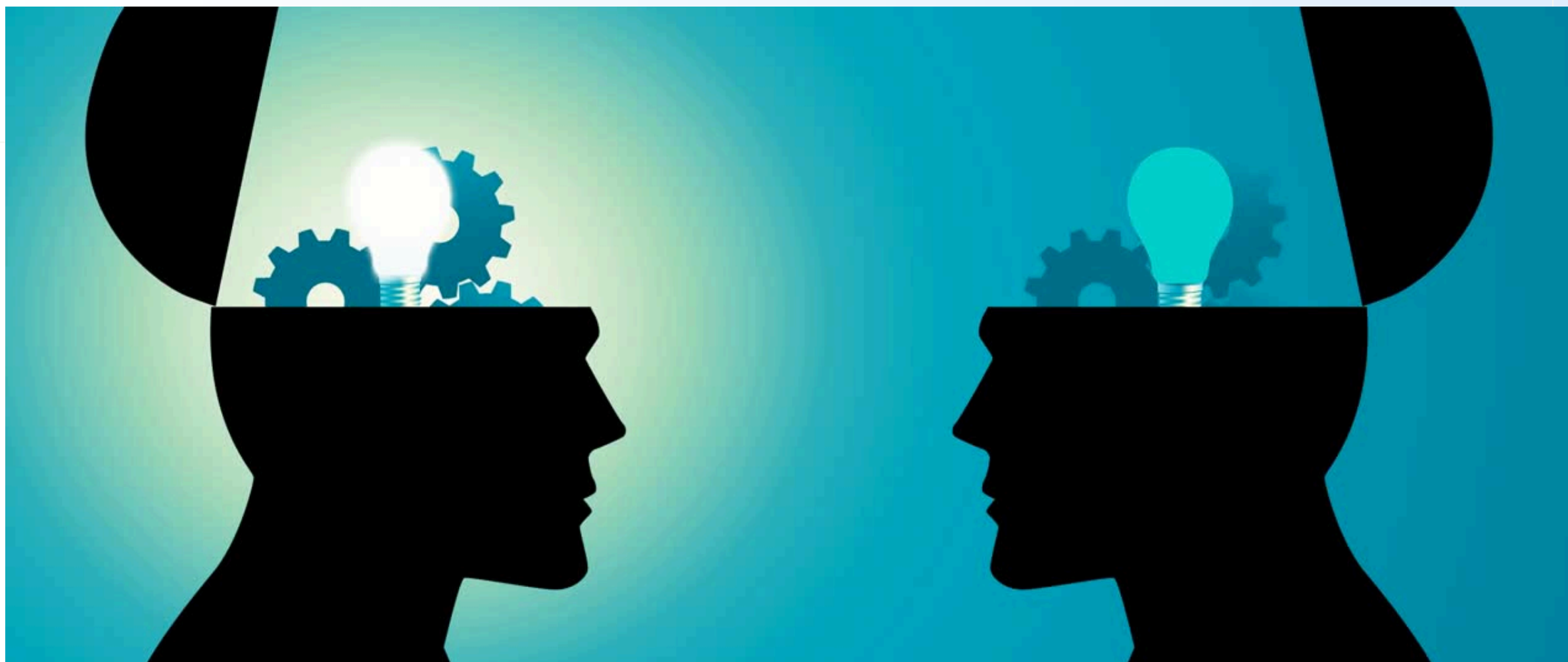
ที่มา: Si Quan Ong. 2020. Storytelling Formulas Doubling Word-Of-Mouth For Your Brand (online). Available at: <https://www.referralcandy.com/blog/storytelling-formulas/> (accessed 2 November 2020) /

#StorytellingforImpactByAlissara

แปลและเรียบเรียงโดย กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร (กจค.)

Happy
Work
place

From Story → Knowledge Asset



KM System

Story → ความรู้ที่ค้นหาและใช้ซ้ำได้
โดยสกัดและ จัดเก็บ บทเรียน / สิ่งที่
ควรหลีกเลี่ยง / แนวทางการทำงาน
ที่ได้ผล

Innovation

Story → ความเข้าใจเชิงลึก → ไอเดียใหม่
: แนวคิดใหม่จากประสบการณ์จริง
: นวัตกรรมจากหน่วยงาน
: การแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์

Training

Story (Case Study) → เครื่องมือ
เรียนรู้ของคนรุ่นต่อไป



Key Takeaways + Action

สัปดาห์นี้
เล่า 1 เรื่อง
ในทีมของคุณ

Presented By:
อลิสร่า คุณประสิทธิ์

Thank You

