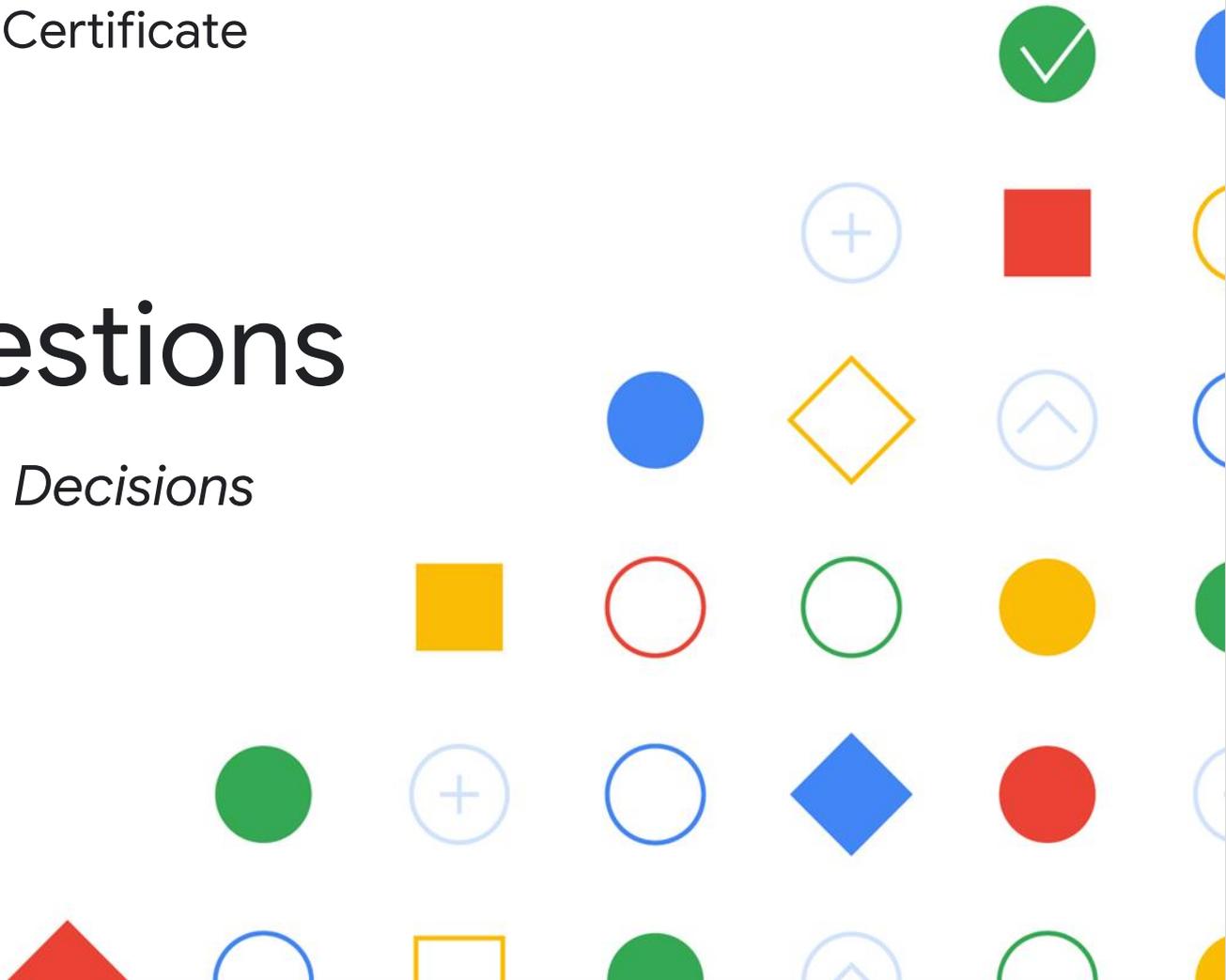


# 2. Ask Questions

*to Make Data-Driven Decisions*



# Overview:

01

Effective Questions

02

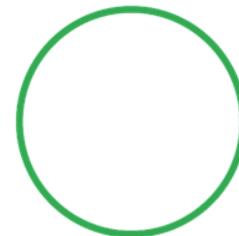
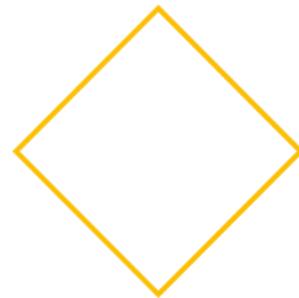
Data-Driven Decisions

03

More Spreadsheet Basics

04

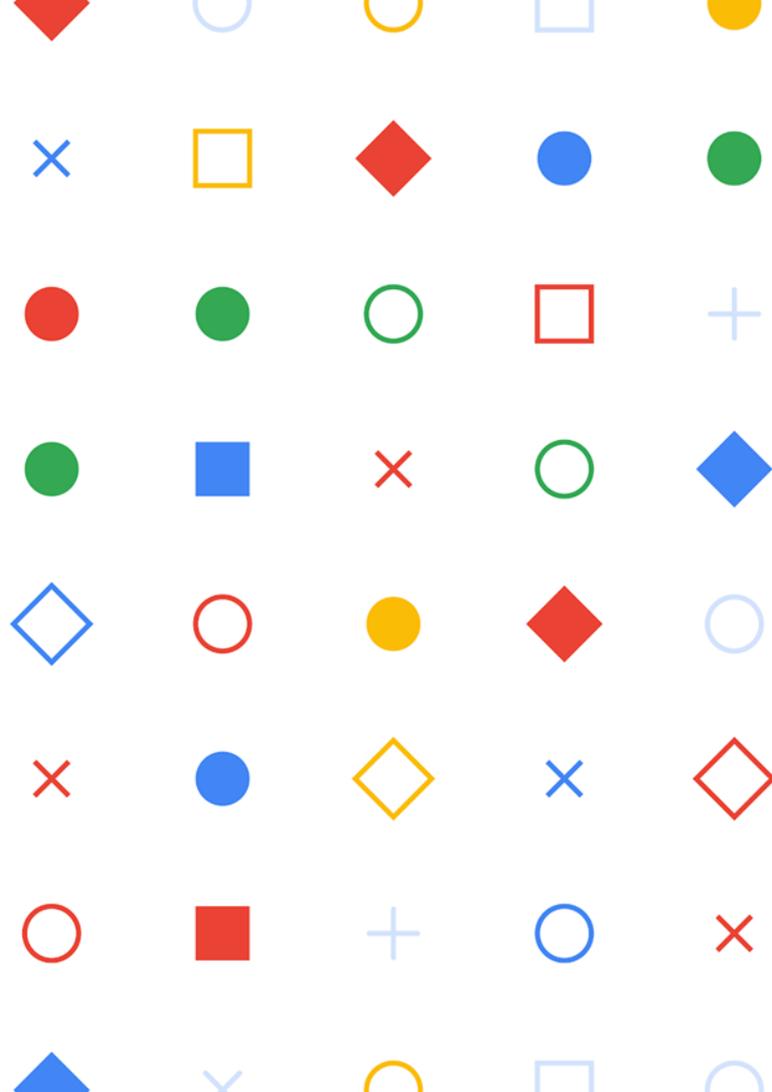
Always Remember the Stakeholders



# Effective Questions

— *Part 1:*

1. Six Phases of Data Analysis (Revisit)
2. Structured Thinking
3. Six Problem Types Data Analysts Face
4. SMART Questions



# 6 Phases of Data Analysis (Revisit)

1

**Ask**

ตั้งคำถาม ระบุปัญหา

4

**Analyze**

ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

2

**Prepare**

เตรียมการและจัดเก็บข้อมูล

5

**Share**

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3

**Process**

ดัดแปลงและทำความสะอาดข้อมูล

6

**Act**

นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้จริง

# 6 Phases of Data Analysis (Revisit)

1

## Ask

ตั้งคำถาม ระบุปัญหา

- นิยามปัญหา (Define the problem)
- เข้าใจผู้มีส่วนได้เสีย (Understand stakeholders' expectations)

2

## Prepare

เตรียมการและจัดเก็บข้อมูล

- ระบุข้อมูลที่จะเก็บ และ/หรือ งานวิจัย (Research) เพิ่มเติมที่จำเป็น
- ระบุตัวชี้วัด (Metrics to measure)
- เตรียมฐานข้อมูล (Prepare database and data security measures)

3

## Process

ดัดแปลงและทำความสะอาดข้อมูล

- หาข้อมูลที่ใส่มาผิดหรือแถวซ้ำ (Incorrect or repeated data entries) และช่องว่างส่วนเกิน (Extra spaces)
- ตรวจสอบว่าข้อมูลไม่ลำเอียง (Check for bias)

# 6 Phases of Data Analysis (Revisit)

4

## Analyze

ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

- เรียงลำดับ (Sort) และปรับประเภทข้อมูล (Format) เพื่อรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ (Combine data from multiple sources) แล้วทำการคำนวณที่จำเป็น (Perform calculations)
- ดูว่าข้อมูลที่มีบอกอะไรเรา (Story) ช่วยเราแก้ปัญหาอย่างไร หรือคนแบบไหนต้องการ "สินค้า" เรา?

5

## Share

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- สร้าง Visualizations ไปนำเสนอผลการวิเคราะห์ให้ Stakeholders ฟัง

6

## Act

นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้จริง

- นำผลสรุปมาแนะนำแนวทาง (Recommendations) ให้ Stakeholders ตัดสินใจแบบ Data-Driven

# Structured Thinking

การคิดแบบมีโครงสร้างโดยการแบ่งโจทย์เป็นส่วนย่อย ๆ ที่จัดการได้ง่าย (Smaller, manageable parts) แบ่งออกเป็น 4 กิจกรรมย่อยคือ

1

**Recognizing the current problem or situation**

รับรู้ถึงปัญหาหรือสถานการณ์ที่เจอในปัจจุบัน

2

**Organizing available information**

จัดการกับข้อมูลที่มี

3

**Revealing gaps and opportunities**

หาช่องว่างระหว่างปัจจุบันกับเป้าหมาย รวมถึงโอกาสต่างๆ

4

**Identifying your options**

ระบุทางเลือกต่างๆ ที่เรามี

# 6 Problem Types Data Analysts Face

นักวิเคราะห์ข้อมูลมักจะต้องเจอกับโจทย์ปัญหา 6 อย่างต่อไปนี้

1

## Make predictions

ทำนายผลจากข้อมูลที่มี

Ex. ใช้ข้อมูลผลตอบรับของสินค้าในอดีต ในการทำนายว่าสินค้าใหม่แบบไหน จะถูกใจกลุ่มเป้าหมาย (Target audience) ของเรา

2

## Categorizing things

จัดกลุ่มหรือแบ่งประเภท (Classify)

Ex. แบ่งกลุ่ม keywords ที่ลูกค้าใช้ search หาสินค้าของเรา

3

## Spotting something unusual

หาสิ่งที่ผิดปกติ

Ex. หาวว่ามีลูกค้าคนไหนที่มีพฤติกรรม search หาสินค้าด้วย keywords แปลก ๆ

4

## Identifying themes

ระบุภาพกว้างหรือองค์ประกอบสำคัญ

Ex. ดูว่า keywords ที่ลูกค้าใช้ search หาสินค้าของเรากับคู่แข่ง เหมือนหรือต่างกัน อย่างไรในภาพกว้าง

5

## Discovering connections

หาความเชื่อมโยง

Ex. ดูว่าใน keywords ที่ลูกค้าใช้ กับอายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่

6

## Finding patterns

หาแบบรูปหรือแนวโน้มที่เกิดขึ้นๆ (Repeating trends)

Ex. ดูว่า keywords ที่สนใจ มีสถิติจำนวนครั้งการ search รายวันที่มีรูปแบบการเกิดซ้ำราย เดือนหรือไม่

# SMART Questions

ตั้งคำถามอย่างมีประสิทธิภาพด้วยหลัก S-M-A-R-T

1

**Specific**

เจาะจง ให้บริบทชัดเจน

2

**Measurable**

วัดผลได้

3

**Action-Oriented**

นำไปสู่การปฏิบัติจริงได้

4

**Relevant**

ตรงประเด็น

5

**Time-bound**

มีกรอบเวลาที่ชัดเจนและตรงกับช่วงที่สนใจ

# SMART Questions

## ลักษณะของคำถามที่ควรหลีกเลี่ยง

**1** **Leading**  
ชี้นำ

Ex. คุณคิดว่ารองเท้ารุ่นนี้แพงไปใช่ไหม?



ช่วงราคาที่คุณจะพิจารณาซื้อรองเท้ารุ่นนี้คือเท่าไร?

**2** **Close-ended**  
ปลายปิด ตอบแค่ Yes/No

Ex. คุณพอใจกับ App วิเคราะห์การวิ่งของเราหรือไม่?



คุณใช้ฟีเจอร์อะไรบ้างใน App การวิ่งของเรา? มีฟีเจอร์อะไรที่คุณอยากให้เราทำเพิ่มไหม?

**3** **Vague**  
คลุมเครือ ขาดบริบท

Ex. รองเท้ารุ่นนี้มันใช้ได้ผลไหม?

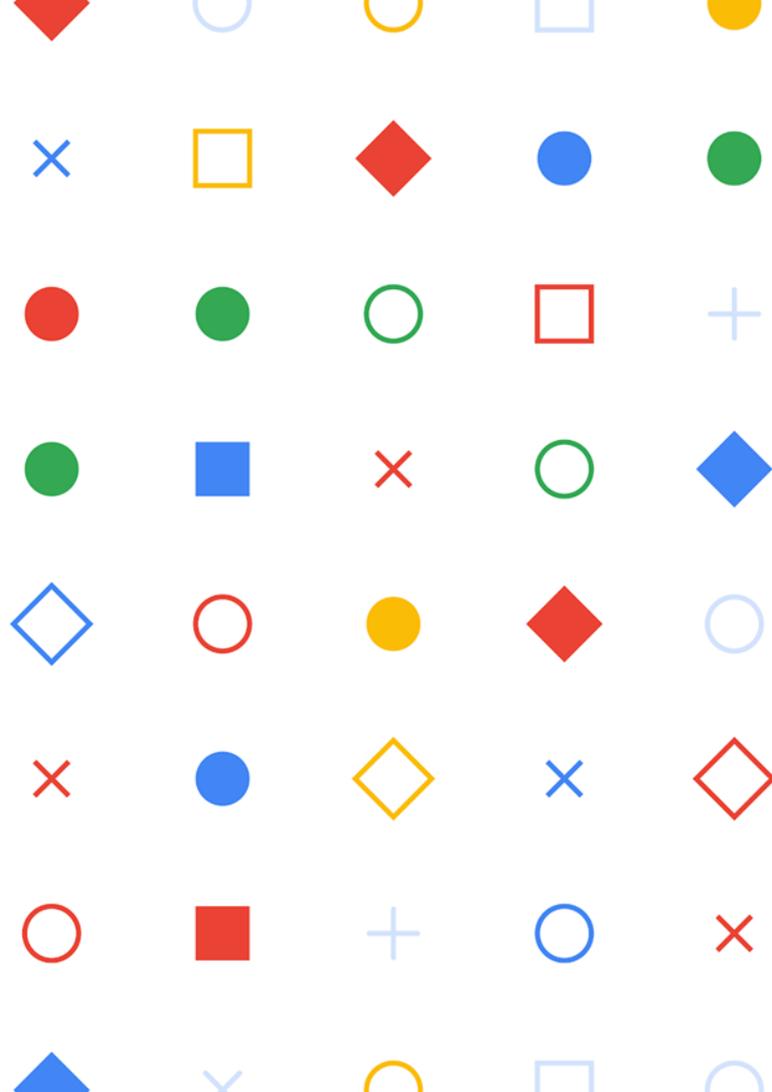


เมื่อเทียบกับรองเท้าเดิมที่คุณใช้อยู่ก่อนหน้านี้ รองเท้ารุ่นนี้ช่วยให้คุณวิ่งเร็วขึ้นได้อย่างชัดเจนหรือไม่?

# Data-Driven Decisions

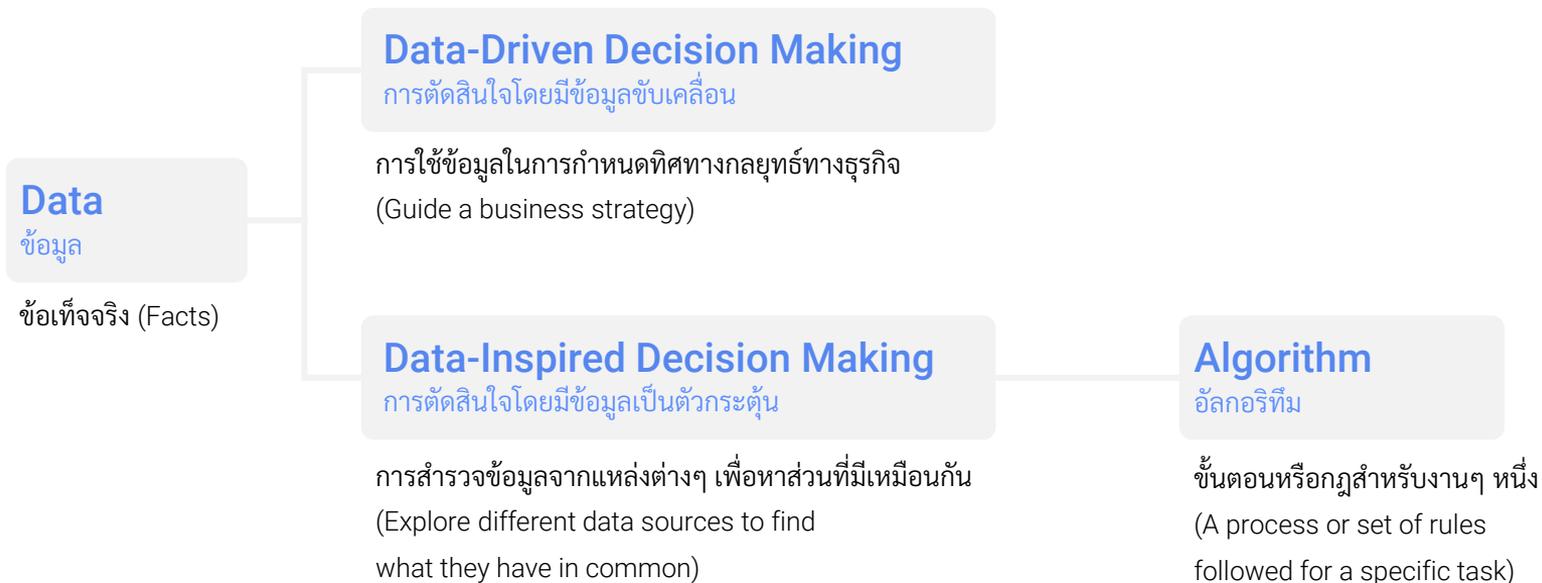
## — *Part2:*

1. Technical Terms
2. Quantitative vs. Qualitative Data
3. Reports vs. Dashboards
4. Data vs. Metrics
5. Small Data vs. Big Data



# Technical Terms

## เข้าใจนิยามศัพท์เกี่ยวกับ Decision Making with Data



# Quantitative vs. Qualitative Data

## Quantitative Data

ข้อมูลเชิงปริมาณ

## Qualitative Data

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ลักษณะข้อมูล

- เป็นตัวเลข (Numerical facts)
- ไม่ขึ้นกับความคิดส่วนบุคคล (Objective)
- เน้นวัดผลได้ (Measurable)

- เป็นคุณลักษณะ (Qualities and characteristics)
- ขึ้นกับความคิดส่วนบุคคล (Subjective)
- เน้นการอธิบายขยายความ (Explanatory)

คำถามที่ใช้

- What ... ?
- How much/many/often ?

- Why ?
- How ?

เครื่องมือเก็บข้อมูล

- การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interviews)
- แบบสำรวจหรือโพล (Surveys and polls)

- การสนทนากลุ่ม (Focus groups)
- การวิเคราะห์ข้อความ Social media
- การสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (In-person interviews)

ตัวอย่างข้อมูล

- ยอดขาย ต้นทุนและกำไรของรองเท้าแต่ละรุ่น
- จำนวนลูกค้าที่เดินเข้าร้านแต่ละวัน

- ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งสักคู่
- เหตุผลที่ยังไม่ยอมซื้อสินค้าของเรา

# Reports vs. Dashboards

## Reports

## Dashboards

นิยาม

รายงานผลสรุปข้อมูลที่ส่งให้ผู้มีส่วนได้เสียเป็นระยะ  
(A static collection of data given to stakeholders periodically)

หน้าจอแสดงข้อมูลและอื่นๆ แบบสดๆ  
(A tool that monitors live, incoming data)

ข้อดี

- ออกแบบได้ง่าย
- ทำให้เห็นภาพรวมของข้อมูลอดีต (High-level historical data)
- ข้อมูลผ่านการทำความสะอาดและเรียงลำดับมาแล้ว (Pre-cleaned and sorted data)

- ปรับตัวตามข้อมูลใหม่ อัตโนมัติและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ (Dynamic, automatic and interactive)
- ใช้งานพร้อมๆ กันที่ละหลายๆ คนได้
- ไม่ต้องดูแลรักษามากเมื่อสร้างเสร็จแล้ว

ข้อด้อย

- ต้องมีการดูแลรักษาม่าเสมอ
- ดูไม่เท่เท่า Dashboards!
- เมื่อสร้างเสร็จแล้วจะตายตัว (Static)

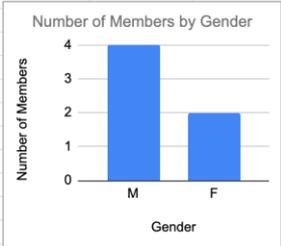
- ต้องใช้ทรัพยากรเยอะในการออกแบบ
- ถ้าออกแบบไม่ดี คนใช้อาจงงได้
- ข้อมูลใหม่ที่เข้ามา อาจยังไม่สะอาด

# Reports vs. Dashboards

## Reports

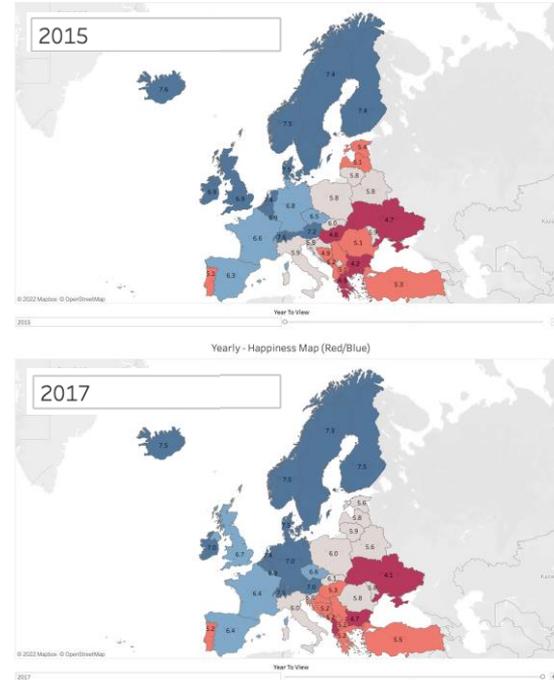
	A	B	C	D	E	F
1	<b>Name</b>	<b>Age</b>	<b>Height</b>	<b>Gender</b>	<b>Birthday</b>	<b>Nationality</b>
2	Great	31	172	M	1991-01-07	Thai
3	Cherprang	26	160	F	1996-05-02	Thai
4	Jennie	26	163	F	1996-01-16	Korean
5	Bambam	25	178	M	1997-05-02	Thai
6	Sergey	48	173	M	1973-06-21	American
7	Larry	49	181	M	1973-03-26	American
8						
9						
10	<b>Nationality</b>	<b>AVERAGE of Age</b>	<b>AVERAGE of Height</b>			
11	American	48.5	177.0			
12	Korean	26.0	163.0			
13	Thai	27.3	170.0			
14	<b>Grand Total</b>	<b>34.2</b>	<b>171.2</b>			
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						

**Pivot Table**  
ตารางสรุปค่าทางสถิติแบบแบ่งตามกลุ่ม



Gender	Number of Members
M	4
F	2

## Dashboards



# Data vs. Metrics

## Data

ข้อมูล

- จำนวนสินค้าที่ขายได้
- ราคาขาย (Price)
- ต้นทุน (Cost)



## Metrics

ตัวชี้วัด

- รายได้ (Revenue)  
= จำนวนชิ้น \* ราคาขายต่อชิ้น
- ผลตอบแทนจากการลงทุน  
(Return on Investment: ROI)  
$$= \frac{\text{กำไรสุทธิ (Net Profit)}}{\text{ต้นทุน (Cost of Investment)}}$$
- อัตราการคงอยู่ของลูกค้า  
(Customer Retention Rate)  
$$= \frac{\text{จำนวนลูกค้าที่เหลืออยู่}}{\text{จำนวนลูกค้าทั้งหมดในตอนแรก}}$$



## Metric Goals

เป้าหมายจากตัวชี้วัด

- ปีนี้สาขาในเมือง ต้องมีรายได้เกิน 5 ล้านบาท  
ส่วนสาขาต่างจังหวัด ต้องมีรายได้เกิน 1 ล้านบาท
- ปีนี้เราต้องมี ROI เกิน 30%
- สิ้นปี เราต้องมี Customer Retention Rate เกิน 70%

# Small Data vs. Big Data

## Small Data

## Big Data

ลักษณะชุดข้อมูล

- ขนาดเล็ก (Small)
- ข้อมูลเฉพาะเจาะจง (Specific)
- ครอบคลุมช่วงเวลาสั้นและชัดเจน (Short, well-defined time period)

- ขนาดใหญ่ (Big)
- ข้อมูลหลากหลาย (Less specific)
- ครอบคลุมช่วงเวลานาน (Long time period)

สำหรับ

การตัดสินใจแบบวันต่อวัน (Day-to-day decisions)

การตัดสินใจภาพใหญ่ (Big decisions)

การจัดเก็บข้อมูล

มักเก็บใน Spreadsheets

มักเก็บในฐานข้อมูล (Databases)

ลักษณะองค์กรที่ใช้

ส่วนมากเป็นองค์กรขนาดเล็กและกลาง

ส่วนมากเป็นองค์กรขนาดใหญ่

ตัวอย่าง

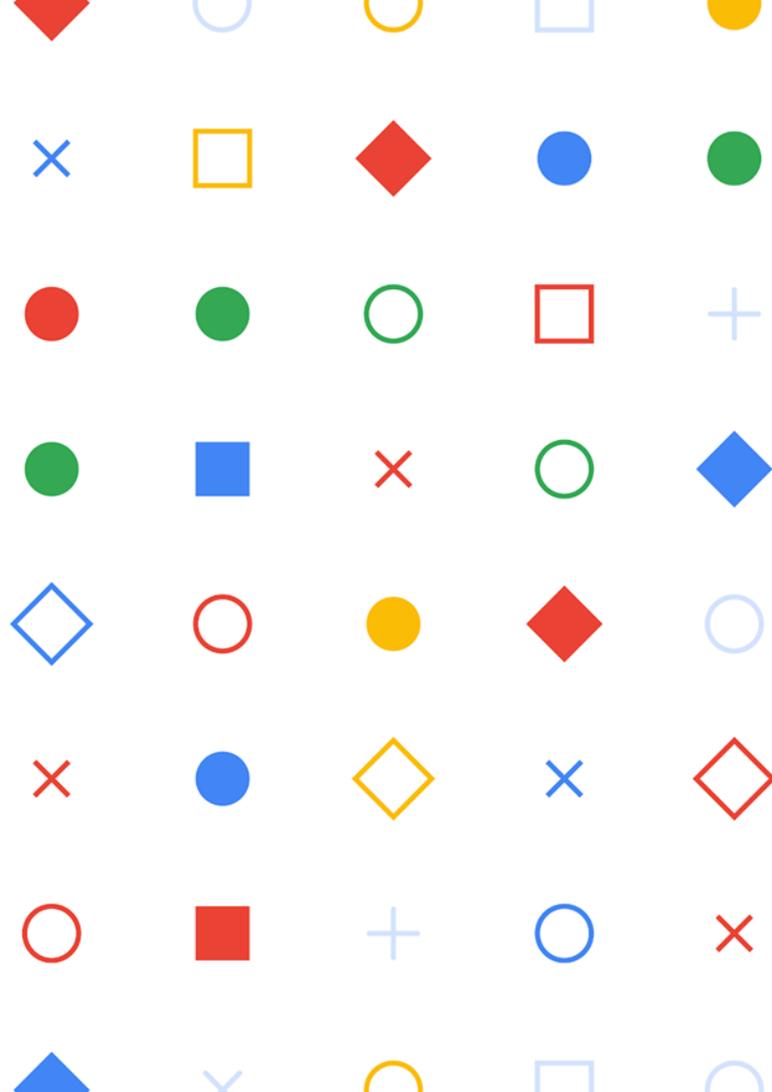
ยอดขายรองเท้ารายวันของสัปดาห์ที่ผ่านมา

ราคาหุ้นรายวันในตลาด SET ตลอด 10 ปีที่ผ่านมา

# More Spreadsheet Basics

## — *Part3:*

1. Spreadsheet Basics
2. Formulas
3. Functions
4. Scope of Work (SOW)
5. Importance of Context



# Spreadsheet Basics

โปรแกรม Spreadsheet เช่น Google Sheets จะเก็บข้อมูลเป็นตาราง และโดยทั่วไปจะมีลักษณะดังแสดง

## Attributes

ชื่อคุณลักษณะต่างๆ ของตัวอย่าง

	A	B	C	D	E	F
1	<b>Name</b>	<b>Age</b>	<b>Height</b>	<b>Gender</b>	<b>Birthday</b>	<b>Nationality</b>
2	Great	31	172	M	1991-01-07	Thai
3	Cherprang	26	160	F	1996-05-02	Thai
4	Jennie	26	163	F	1996-01-16	Korean
-						

## Observations

ค่าสังเกต

ก็คือค่าข้อมูลทั้งหมดของ  
แต่ละตัวอย่าง (Instance)

# Spreadsheet Basics

ก่อนจะเล่นกับข้อมูล เราควรตั้งชื่อไฟล์และจัดระเบียบตารางให้เรียบร้อยก่อน

Untitled spreadsheet ☆ 📁 🌐

File Edit View Insert Format Data Tools Extensior

100% \$ % .0\_ .00 123 Default (Ar

I11 fx

	A	B	C	D	E	F
1	Name	Age	Height	Gender	Birthday	Nationality
2	Great	31	172	M	1991-01-07	Thai
3	Cherpran	26	160	F	1996-05-02	Thai
4	Jennie	26	163	F	1996-01-16	Korean
5	Bambam	25	178	M	1997-05-02	Thai
6	Sergey	48	173	M	1973-06-21	American
7	Larry	49	181	M	1973-03-26	American



New Members of Our Company (2022) ☆ 📁 🌐

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help Last edit was 2 min

100% \$ % .0\_ .00 123 Default (Ari... 10 B I S

I15 fx

	A	B	C	D	E	F
1	<b>Name</b>	<b>Age</b>	<b>Height</b>	<b>Gender</b>	<b>Birthday</b>	<b>Nationality</b>
2	Great	31	172	M	1991-01-07	Thai
3	Cherprang	26	160	F	1996-05-02	Thai
4	Jennie	26	163	F	1996-01-16	Korean
5	Bambam	25	178	M	1997-05-02	Thai
6	Sergey	48	173	M	1973-06-21	American
7	Larry	49	181	M	1973-03-26	American

อาจพิจารณาใส่เส้นกรอบ (Borders) เพื่อให้ตารางชัดเจนขึ้น

# Formulas

## Formula

สูตรคำนวณ

ชุดคำสั่ง (A set of instructions)

ที่นำข้อมูลในตารางมาคำนวณ

- เริ่มต้นด้วยเครื่องหมาย =
- ตามด้วย "ประโยคคำสั่ง" (Expression) ที่เราอยากให้ Spreadsheet ทำ เช่น เอาข้อมูลช่องต่างๆ มาบวก (+) ลบ (-) คูณ (\*)หาร (/) กัน
- เราเรียกเครื่องหมายที่บอกคำสั่งที่จะคำนวณ เช่น + - \* / เหล่านี้ว่า "ตัวดำเนินการ" (Operators)

Ex. หาคะแนนรวม

E2		<i>fx</i>	=B2+2*C2+D2		
	A	B	C	D	E
1	Name	Phys (100)	Chem (50)	Bio (100)	Total
2	Great	99	40	50	229
3	Elon	99	49	90	287
4					
5	Average	99	44.5	70	258

เราเรียกช่วงของข้อมูลที่นำมาใช้คำนวณในสูตรว่า Data Range

C5		<i>fx</i>	=AVERAGE(C2:C3)		
	A	B	C	D	E
1	Name	Phys (100)	Chem (50)	Bio (100)	Total
2	Great	99	40	50	229
3	Elon	99	49	90	287
4			44.5 x		
5	Average	99	=AVERAGE(C2:C3)	70	258

# Formulas

บางครั้งเราอาจต้องการอ้างอิงข้อมูลช่องหนึ่งในตารางโดยเฉพาะ (Absolute referencing) ให้ใส่เครื่องหมาย \$ หน้าอักษรคอลัมน์และเลขแถว

	A	B	C
1	Price	Units Sold	Revenue
2	฿50.00	20	฿1,000.00
3		42	
4		5	
5		35	
6		24	



	A	B	C
1	Price	Units Sold	Revenue
2	฿50.00	20	฿1,000.00
3		42	0
4		5	0
5		35	0
6		24	0

	A	B	C
1	Price	Units Sold	Revenue
2	฿50.00	20	฿1,000.00
3		42	
4		5	
5		35	
6		24	



	A	B	C
1	Price	Units Sold	Revenue
2	฿50.00	20	฿1,000.00
3		42	฿2,100.00
4		5	฿250.00
5		35	฿1,750.00
6		24	฿1,200.00

# Functions

## Function

ฟังก์ชัน

คำสั่งที่มีอยู่แล้ว (Preset command) ที่นำเอาข้อมูลในตารางมาประมวลผลให้อัตโนมัติ เช่น

- หาผลรวม (SUM)
- หาค่าเฉลี่ย (AVERAGE)
- หาค่าสูงสุด (MAX) ค่าต่ำสุด (MIN)
- นับจำนวนตามเงื่อนไข (COUNTIF)
- หาค่าตามแนวตั้ง (VLOOKUP)

Syntax:

=FUNCTION(data)

=FUNCTION(data, ...)

<https://support.google.com/docs/table/25273?hl=en>

Ex. หาค่าทางสถิติของจำนวนลูกค้าในแต่ละวัน

F7	A	B	C	D	E	F	G
1		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	
2	Week 1	20	30	68	99	13	
3	Week 2	15	40	70	108	55	
4	Week 3	13	10	90	75	24	
5	Week 4	6	25	100	88	40	
6						989 x	Functions used
7					SUM	=SUM(\$B\$2:\$F\$5)	=SUM(\$B\$2:\$F\$5)
8					MIN	6	=MIN(\$B\$2:\$F\$5)
9					MAX	108	=MAX(\$B\$2:\$F\$5)
10					AVERAGE	49.45	=AVERAGE(\$B\$2:\$F\$5)
11					DAYS > 50	9	=COUNTIF(\$B\$2:\$F\$5, ">50")

=COUNTIF(\$B\$2:\$F\$5, ">50")	x
COUNTIF(range, criterion)	v
	⋮

# Scope of Work (SOW)

เครื่องมือที่ช่วยบริหารโปรเจกต์เพื่อประหยัดเวลาการทำงาน

## Structured Thinking

การคิดแบบมีโครงสร้าง

การแบ่งโจทย์ใหญ่ออกเป็นขั้นตอนย่อย ๆ

## Problem Domain

ขอบเขตของปัญหา

ต้องระบุขอบเขตของปัญหาให้ชัด  
ไม่เช่นนั้นอาจเสียเวลาทำสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้อง  
กับโจทย์ที่ต้องการแก้

## Scope of Work (SOW)

ขอบเขตของงาน

เครื่องมือบริหารโปรเจกต์ที่คนในทีมตกลงกันว่าจะ  
ทำตาม ประกอบด้วย

- ชิ้นงานที่ต้องส่งในแต่ละขั้น (Deliverables)
- กำหนดการ (Timeline)
- เหตุการณ์สำคัญ (Milestones)
- รายงานสรุปผล (Reports)

# The Importance of Context

เราต้องทราบบริบทของข้อมูลที่เก็บมามีความหมาย โดยอาจถามคำถามต่อไปนี้เมื่อต้องใช้ข้อมูล

1

**Who?**

ใครหรือองค์กรใดเป็นคนผลิตหรือเก็บข้อมูล และ/หรือ ให้ทุนทรัพย์สำหรับการเก็บข้อมูล

2

**What?**

สิ่งที่จะได้รับผลกระทบจากข้อมูลนี้

3

**When?**

ผลิตหรือเก็บข้อมูลมาเมื่อไหร่

4

**Where?**

ผลิตหรือเก็บข้อมูลมาจากที่ไหน

5

**Why?**

เหตุจูงใจในการผลิตหรือข้อมูล

6

**How?**

วิธีที่ใช้ในการผลิตหรือเก็บข้อมูล



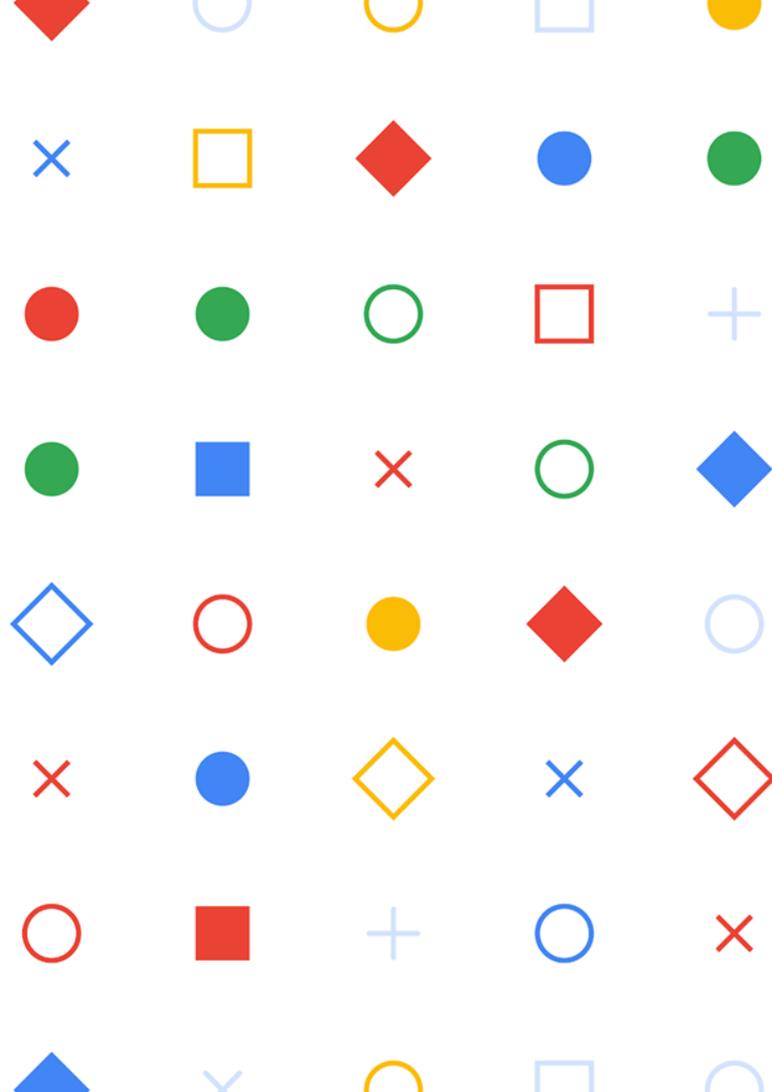
ซึ่งการทราบบริบทจะช่วยให้เรามั่นใจว่าข้อมูลนั้น

- ถูกต้อง (Accurate)
- ยุติธรรม (Fair) ไม่ลำเอียง (Objective / Unbiased)
- กลุ่มตัวอย่างแสดงถึงประชากรได้อย่างถูกต้อง (Accurate representation of the population in the sample)

# Always Remember the Stakeholders

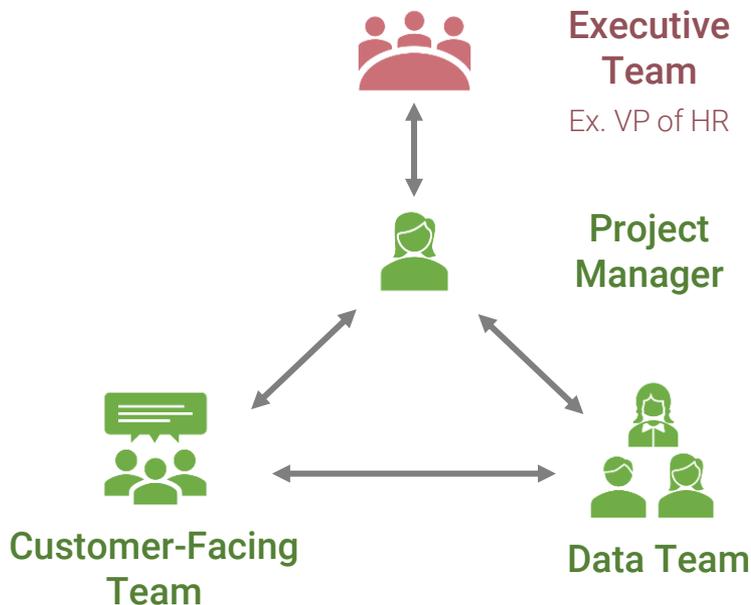
## — Part 4:

1. Types of Stakeholders
2. Effective Communication with Stakeholders
3. The Data Tradeoff: Speed vs. Accuracy
4. Four Do's for Effective Meetings
5. Conflict Resolution



# Types of Stakeholders

ประเภทของผู้มีส่วนได้เสีย



1

Who are the primary and secondary stakeholders?

ใครคือผู้มีส่วนได้เสียหลักและรอง?

- Primary = คนที่รับผิดชอบเป้าหมายของโปรเจกต์โดยตรง
- Secondary = คณะทำงานและผู้จัดการ

\*\*\*หมายเหตุ: นี่เป็นการจำแนกเฉพาะในบริบทของคอร์สนี้เท่านั้น

2

Who is managing the data?

ใครเป็นคนบริหารจัดการข้อมูล

3

Where can you go for help?

ถ้าเจอปัญหา ขอความช่วยเหลือจากที่ไหนได้?

# Effective Communication with Stakeholders

ใช้ 4 คำถามนี้เพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ

1

**Who is your audience?**

ใครคือคนที่เราจะสื่อสารด้วย

3

**What do they need to know?**

มีอะไรบ้างที่เราต้องการให้เขารู้

2

**What do they already know?**

เขารู้อะไรมาก่อนหน้าแล้วบ้าง

4

**How can you best communicate what they need to know?**

เราจะสื่อสารเรื่องที่เราต้องการให้เขารู้กับเขาอย่างไรให้ได้ผลดีที่สุด

Tips: กล้าที่จะเห็นต่างกับหัวหน้าหรือเพื่อนร่วมทีมได้ แต่ต้องแสดงเหตุผลอย่างสุภาพ  
สื่อสารบ่อย ๆ และอย่าปล่อยให้ปัญหาในทีม

# The Data Tradeoff: Speed vs. Accuracy

เมื่อเจอโจทย์ที่เวลาบีบคั้น เราต้องหาสมดุลระหว่างความเร็วกับความแม่นยำในการได้มาซึ่งคำตอบ โดยอาจใช้หลักการนี้

1

## Reframe the question

ปรับคำถามตั้งต้นเพื่อเปลี่ยนมุมมองปัญหา

2

## Outline the problem and potential solutions

แจกแจงปัญหา และทางแก้ที่เป็นไปได้ใหม่

3

## Set clear expectations about the timeline

ระบุความคาดหวังต่อกำหนดเวลาของงานให้ชัด

Ex. หัวหน้าฝ่ายการตลาดต้องการรายงานผลตอบรับของแคมเปญลดราคาหน้า 50% ตลอดเดือนที่เริ่มเมื่อวานแล้วกระแสค่อนข้างเจียบ ว่าถ้าผลตอบรับไม่ดีจริงก็จะยกเลิกแคมเปญนี้ทันทีกลางคัน

ลูกค้ารับรู้ว่ามีแคมเปญนี้จริงหรือไม่?  
ทำไมลูกค้าถึงไม่ซื้อทั้งที่ลดราคา 50%?

แทนที่จะยกเลิกแคมเปญ เราอาจต้องเพิ่มงบในการประชาสัมพันธ์ก็ได้  
สินค้าที่เราลดราคา อาจไม่ใช่สินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อในช่วงนี้ก็ได้

ทีม Data ขอเวลา 3 วันในการวิเคราะห์ข้อมูล Google Analytics ของร้านค้าออนไลน์  
ทีม Customer-facing ขอเวลา 3 วันไปคุยกับลูกค้าทั้ง Offline และ Online  
เป้าหมายคือเพื่อให้ได้บริบท (Context) ที่ชัดเจน

# 4 Do's for Effective Meetings

## 4 ข้อปฏิบัติสำหรับการประชุมที่มีประสิทธิผล

1

### Come prepared

เตรียมตัวก่อนประชุมให้พร้อม ทั้งอุปกรณ์ สไลด์นำเสนอ คำถามที่อาจถูกถามและคำตอบ อ่านกำหนดการ (Agenda) ก่อนเข้าประชุม

2

### Be on time

ตรงต่อเวลา ทั้งเวลาเริ่มและเวลาเลิก

3

### Pay attention

โฟกัสกับการประชุม ไม่ทำงานอื่น

4

### Ask questions

ถามคำถามเมื่อสงสัยหรือต้องการความเห็น

Tips: จำนวนคนในที่ประชุมไม่ควรเกิน 10 คน ส่วนผู้บริหารไม่ควรครอบงำการประชุม

# Conflict Resolution

บางครั้งเราอาจเจอความขัดแย้งกับผู้ร่วมงาน ซึ่งอาจใช้หลักการนี้แก้ปัญหา

1

## Reframe the question

ปรับคำถามตั้งต้นเพื่อเปลี่ยนความขัดแย้ง เป็นความร่วมมือแทน

Ex. หัวหน้าส่งแชนมาขอให้ทำงานแทรกและต้องการพุงนี้ แทนที่จะปิเสธงานทันทีว่าเป็นไปไม่ได้ อาจเปลี่ยนเป็นบอกว่า เรายินดีที่จะทำแต่เนื่องจากต้องประมวลผลข้อมูลเยอะ น่าจะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 3-5 วัน อยากโทรปรึกษาเพื่อเคลียร์โจทย์และความคาดหวังให้ชัดเจน

2

## If emotional, take time to cool off

ถ้าหัวร้อน รอให้หายหัวร้อนก่อนค่อยสื่อสาร

Ex. เพื่อนร่วมงานเอาบางส่วนของผลงานเราไปนำเสนอผู้บริหารแล้วไม่ให้เครดิต แทนที่จะรีบแชนไปต่อว่า เรารอให้ใจเย็นลงแล้วแชนไปขอบคุณ 10 นาทีเพื่อทำความเข้าใจ

3

## Try to communicate first

คุยกับคนที่เราขัดแย้งด้วยให้เข้าใจเจตนาารมณ์ของเขา ก่อน ถ้ายังไม่ดีขึ้นค่อยถึงหัวหน้า

Ex. เรากับเพื่อนในทีมมีความเห็นไม่ตรงกันในการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล แทนที่จะรีบแจ้งหัวหน้า เราควรเปิดโอกาสให้ต่างฝ่ายต่างชี้แจงเหตุผลของตนเป็นข้อ ๆ ก่อน ซึ่งอาจทำให้เราได้เปิดมุมมองใหม่ และได้ข้อสรุปรวมที่ดีกว่าของแต่ละคนได้

