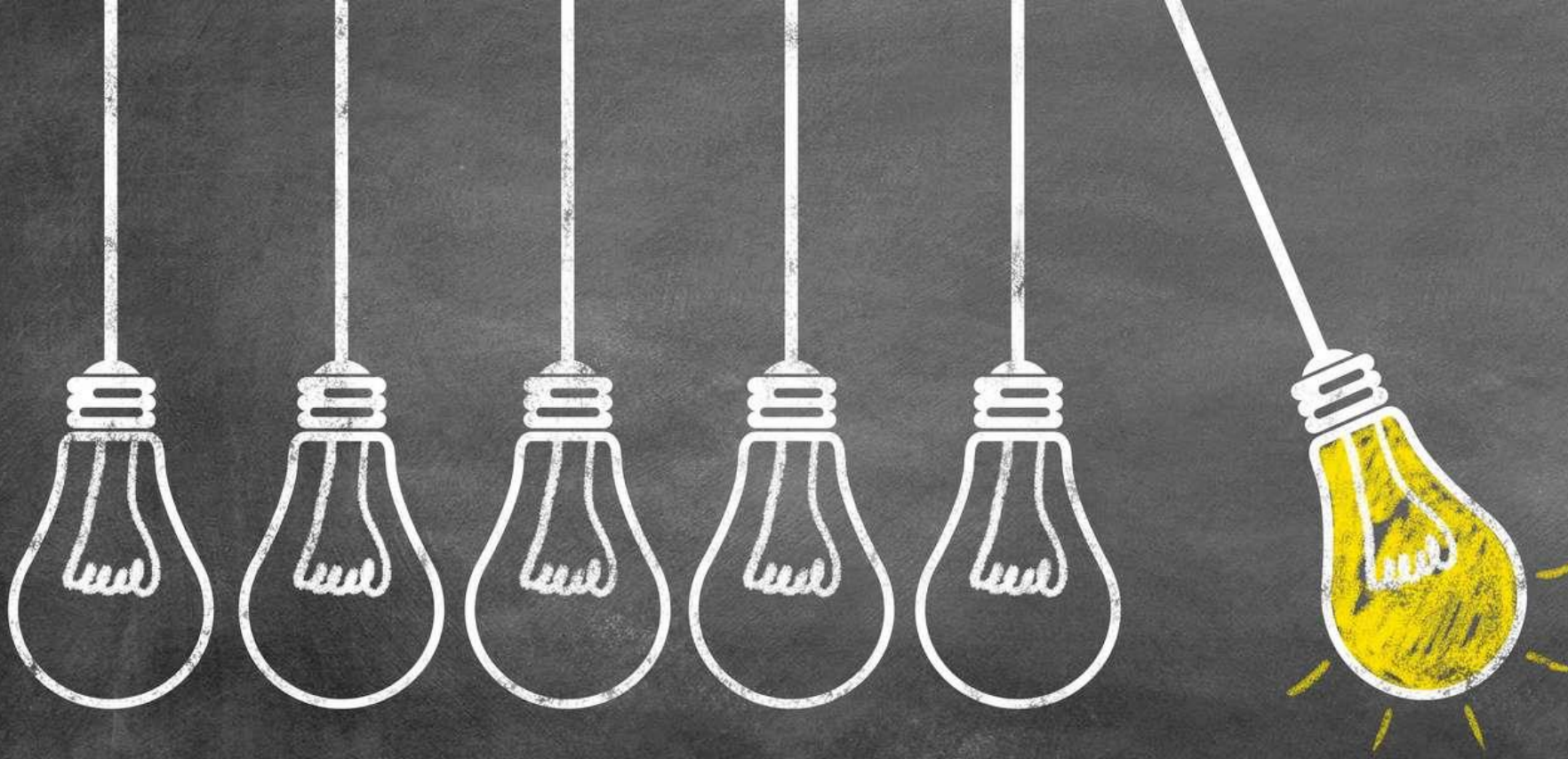


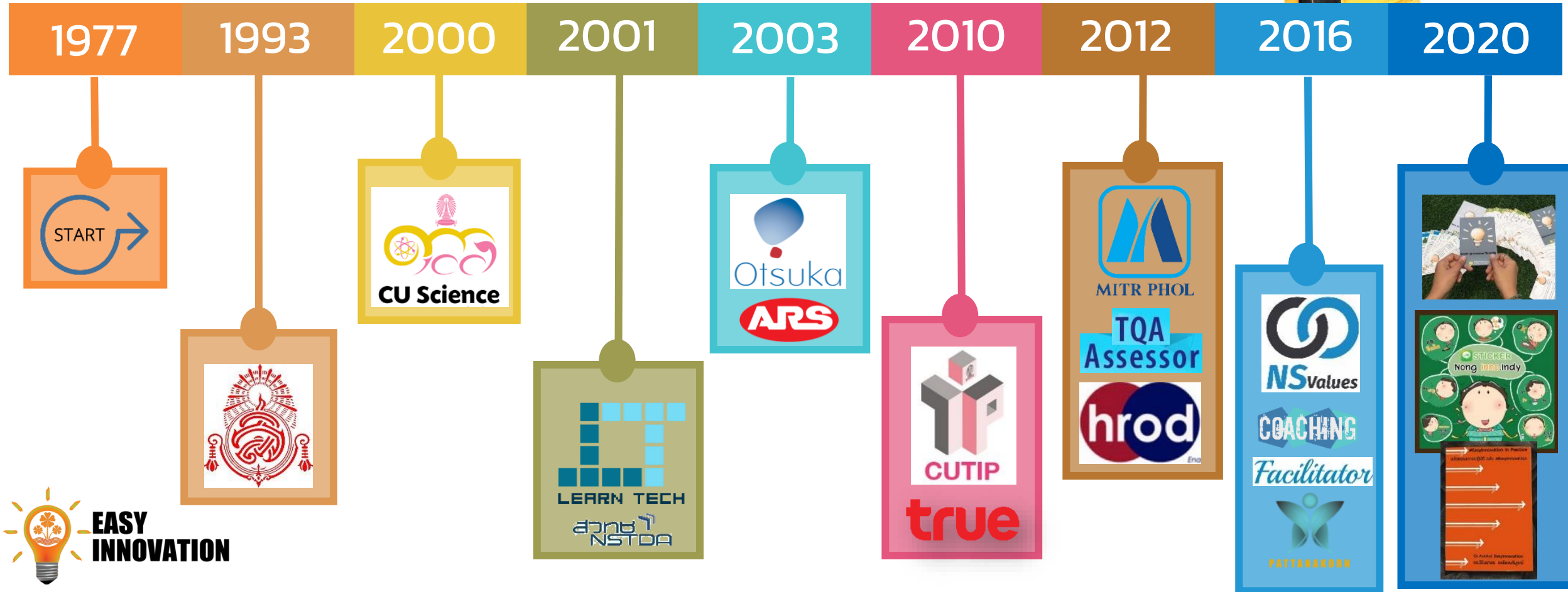


Design Thinking for Educator

By Dr.Aui EasyInnovation



ดร.วีรินยา อธิ์ล้อมบุญ
Dr.AuiAui EasyInnovation
www.easyinnovationteam.com





2016

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรและฝึกอบรม
สายงานเครื่องกลและอุตสาหกรรม
การวางแผนงานฝึกอบรม

2017

วิทยากร
พัฒนาบุคคล การสร้างทีม
การสื่อสาร ความสัมพันธ์ในองค์กร
การคิดเป็นภาพ

2018

วิทยากร
งานนวัตกรรม การสร้างสรรค์งานนวัตกรรมและ
การคิดสร้างสรรค์
อ.พิเศษปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
กระบวนการการแก้ปัญหา

2019

วิทยากร กลุ่มงานพัฒนาองค์กร
การสื่อสารและจิตสำนึกของงานในองค์กร
การพัฒนาภาวะผู้นำ การพัฒนาคุณภาพชีวิต

วิทยากรกระบวนการ (FACILITATOR)

ที่ปรึกษา (CONSULTANT) **2020** ● นักเขียน (WRITER)

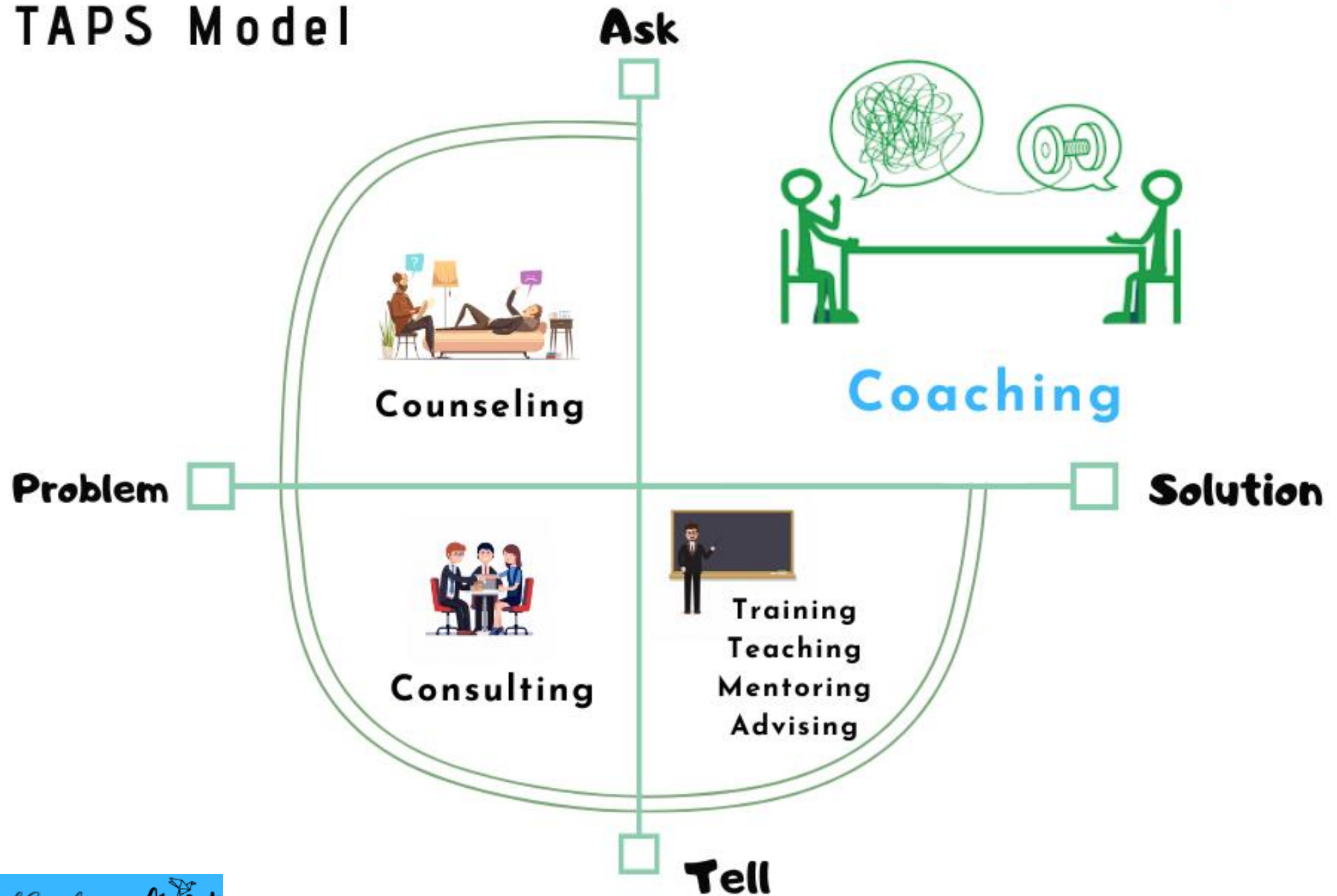
ดร.เอกรักษ์ ปาร์มวงศ์ (อ.ป้อม)



12 ศูนย์เรียนรู้ที่แตกต่าง
เป็นหัวใจของ องค์กร ความสำเร็จ

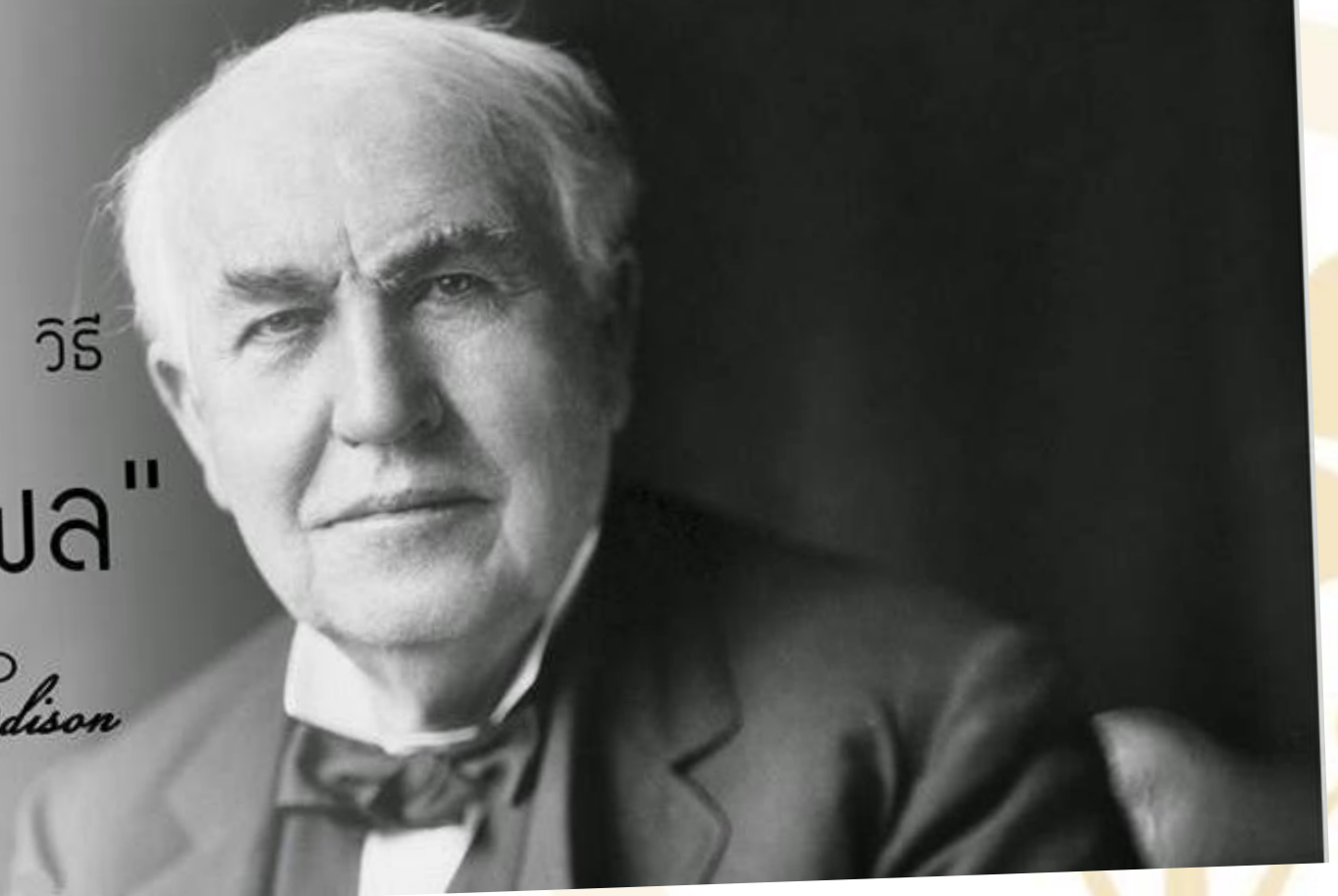


TAPS Model





ข้าพเจ้าไม่ได้ล้มเหลว...
ข้าพเจ้าแค่ค้นพบ 10,000 วิธี
ที่มัน "ไม่ได้ผล"
Thomas Alva Edison



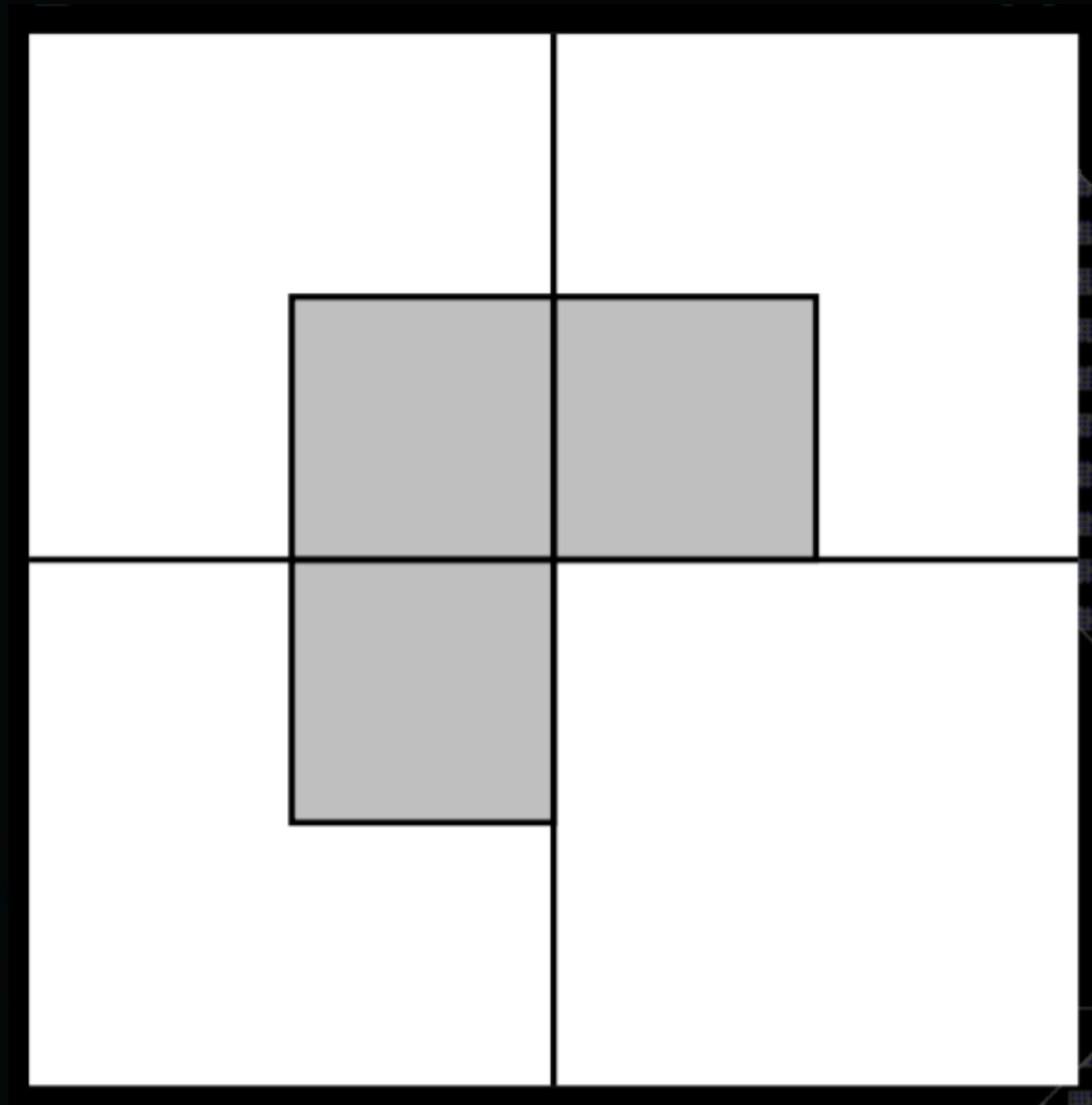
4 Square Questions

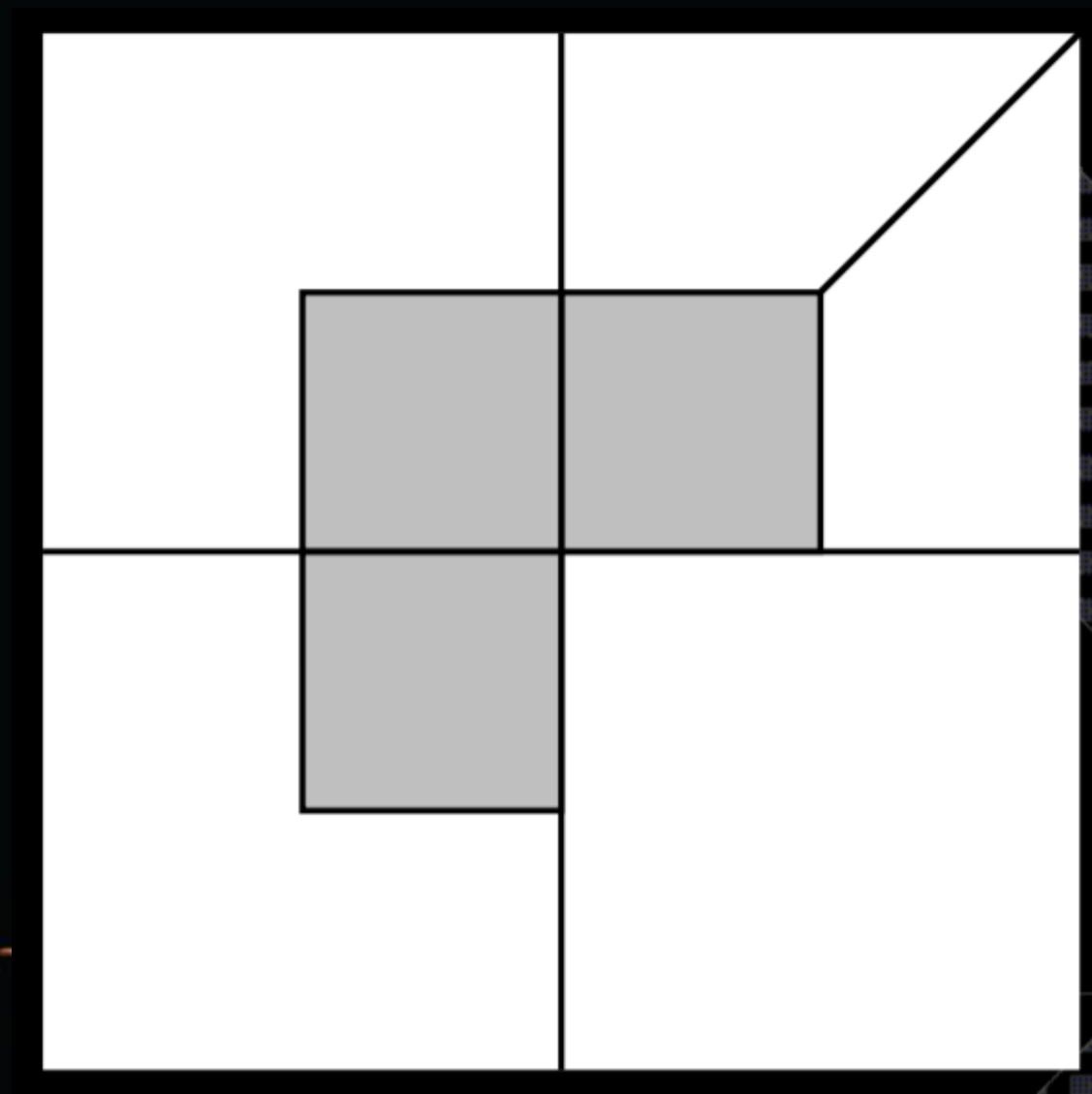
B

A

C

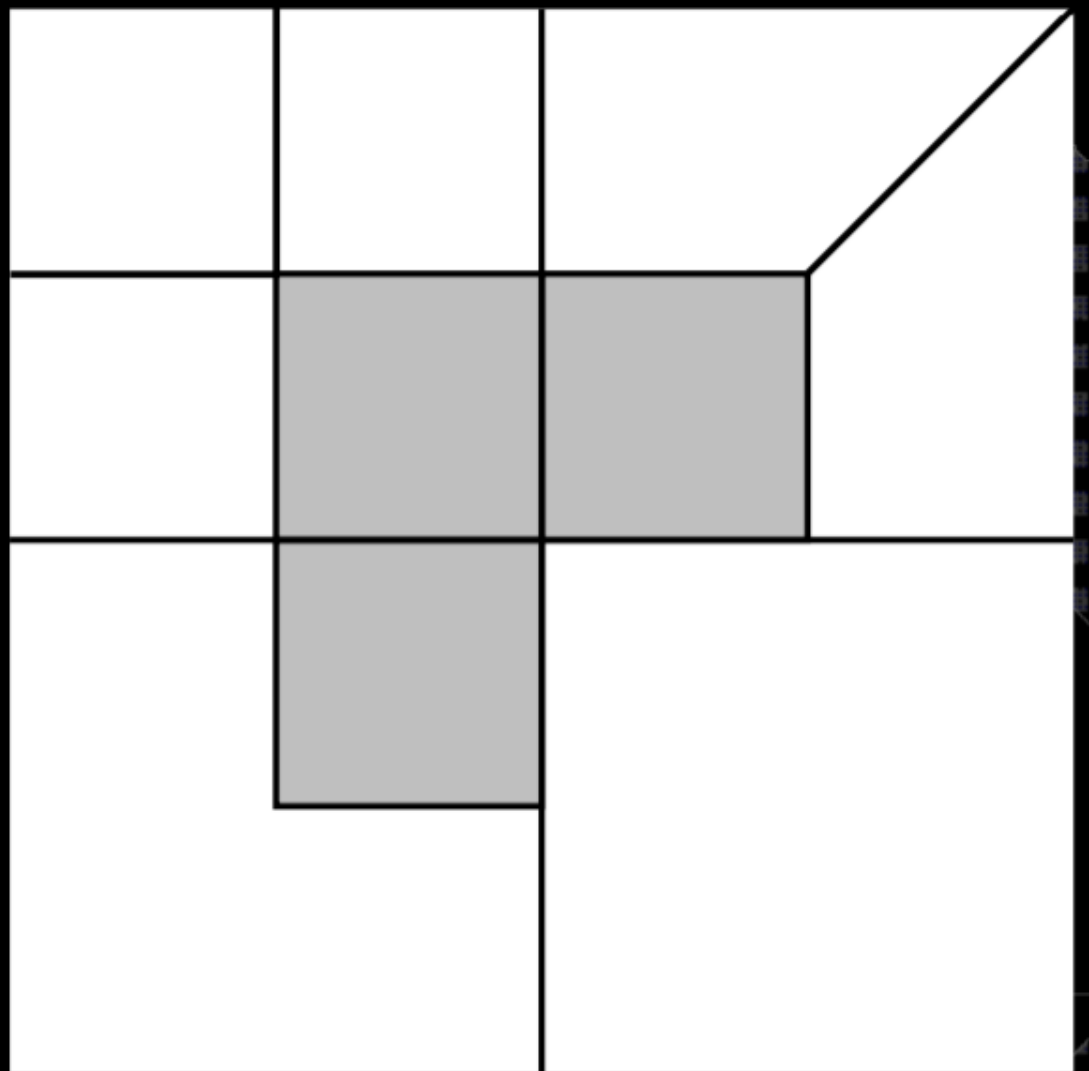
D



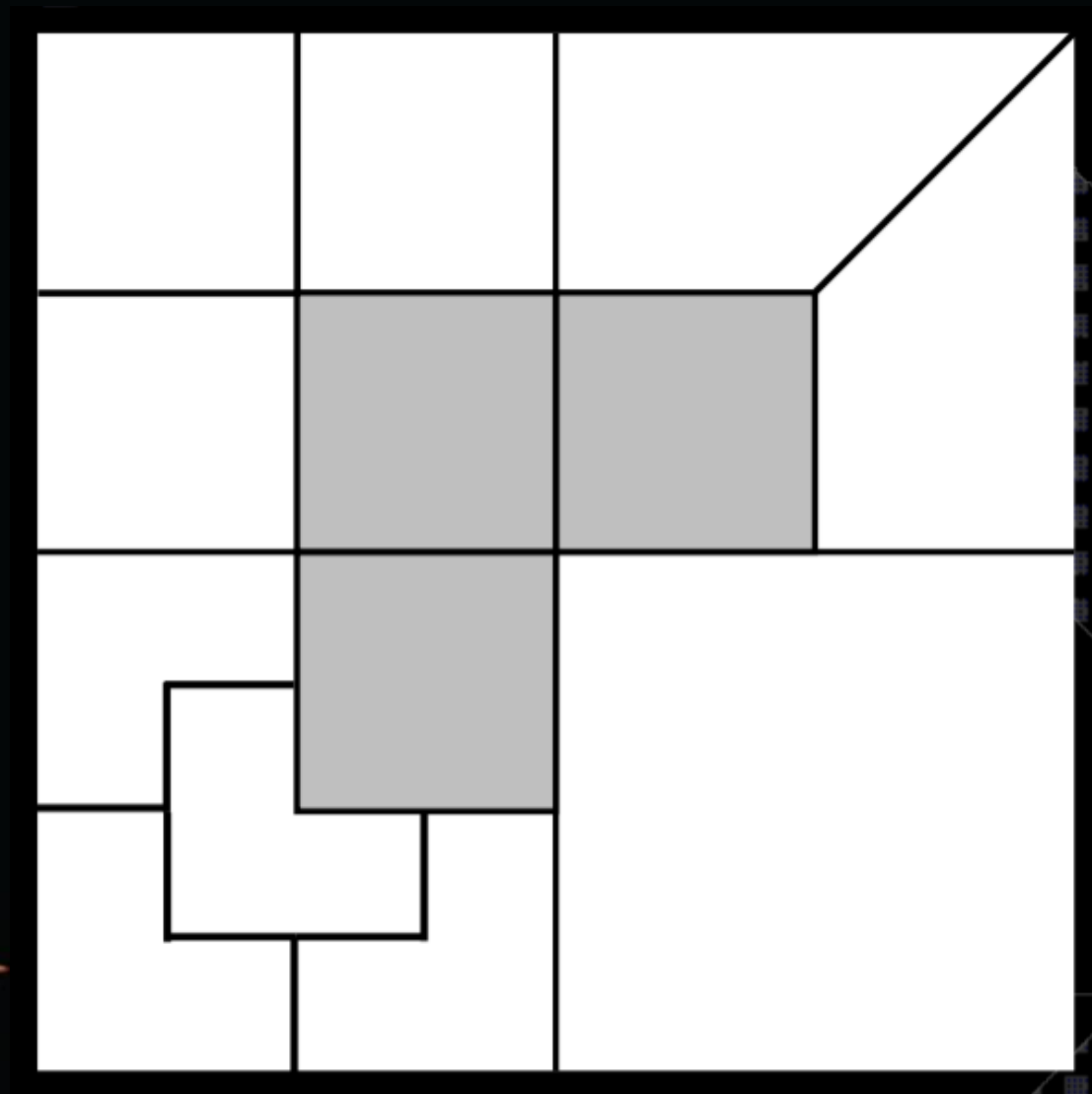


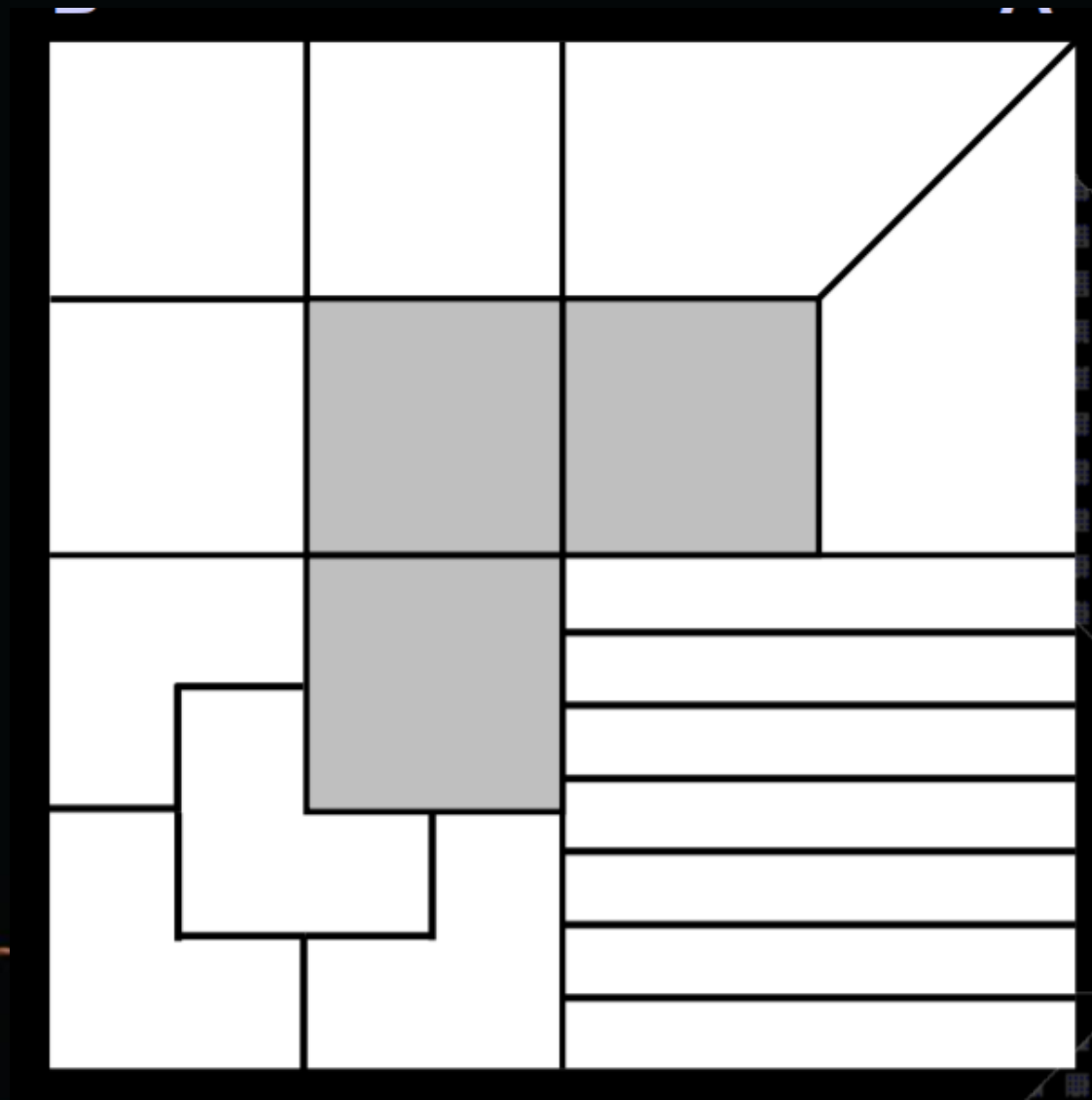
A

B



C





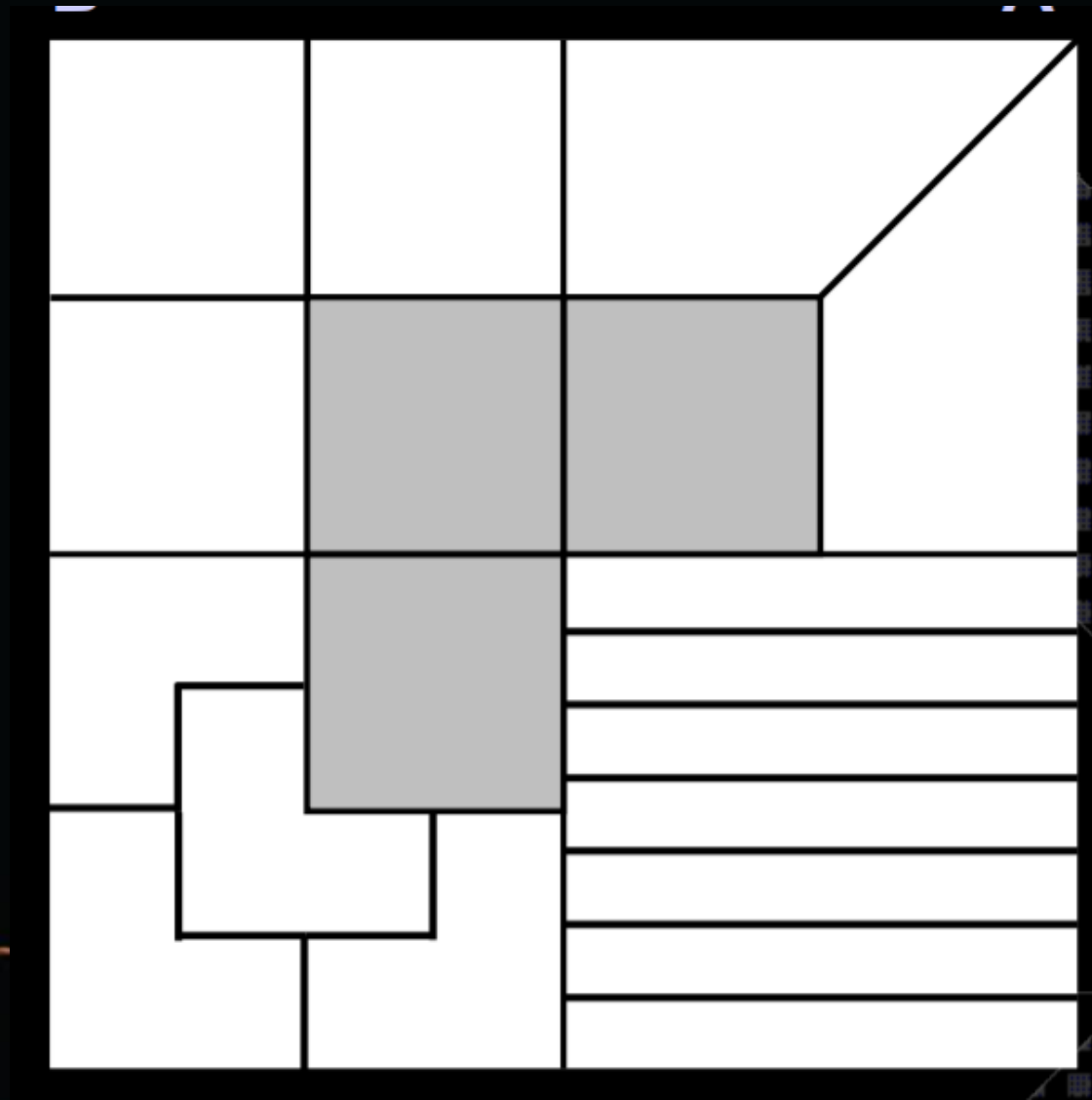
D

B

A

C

D

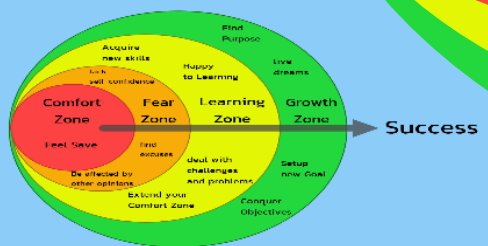
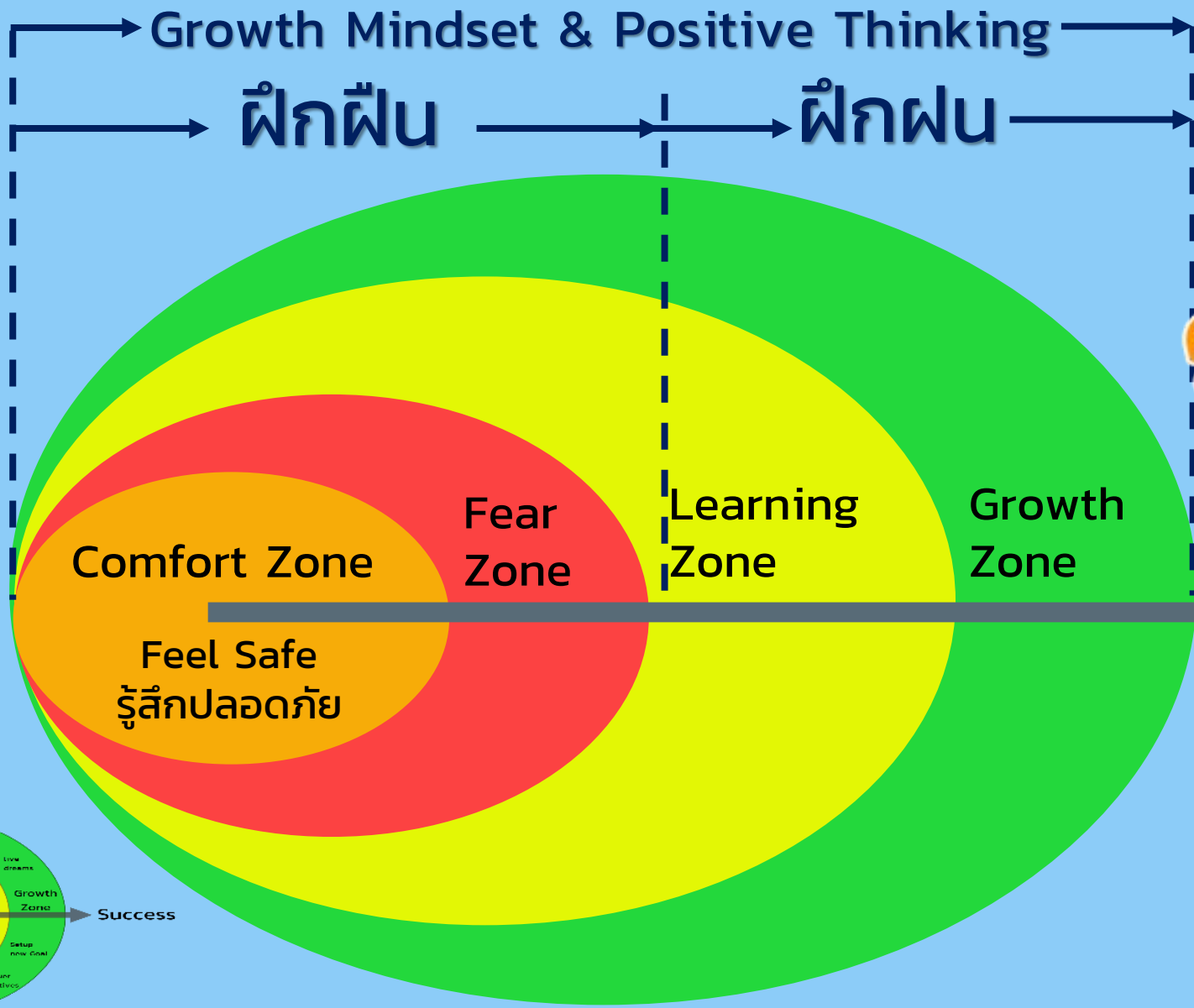


**Time
to
REFLECT**





การเรียนรู้ของบุคคล





Growth Mindset

คิดเป็น เปลี่ยนโลก



Fixed Mindset

คิดไม่เป็น โลกแคบ

GROWTH MINDSET



การเรียนรู้
การพัฒนา
ทักษะความสามารถ



การให้ความสำคัญ

ภาพลักษณ์
ต้องดูดี ต้องดูฉลาด

เชื่อว่าทำได้ดีกว่านี้
พัฒนาได้ตลอด
พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่



มุมมอง
ความฉลาด

เปลี่ยนแปลงไม่ได้
ทำได้เท่าที่ทำ
ไม่ชอบเรียนรู้

ชอบปัญหา
เห็นว่าเป็นโอกาส
ในการเรียนรู้พัฒนา



มุมมอง
ต่อปัญหา

หนี หลีกเสี่ยง
กลัวถูกมองว่าโง่

เรียนรู้จากมัน สู้ไม่ถอย
พยายามหาข้อปรับปรุง



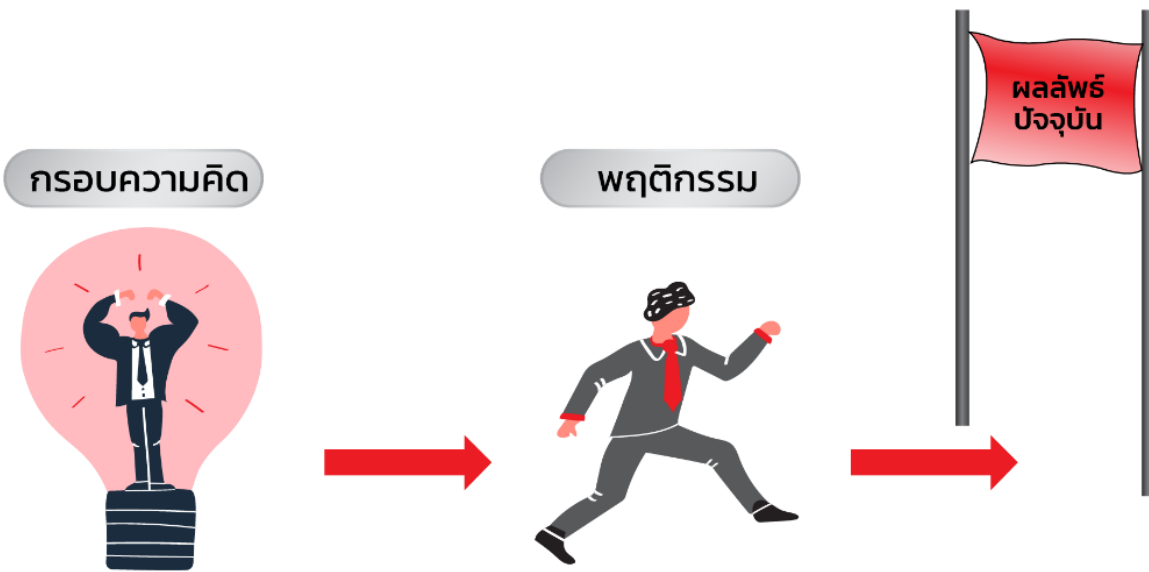
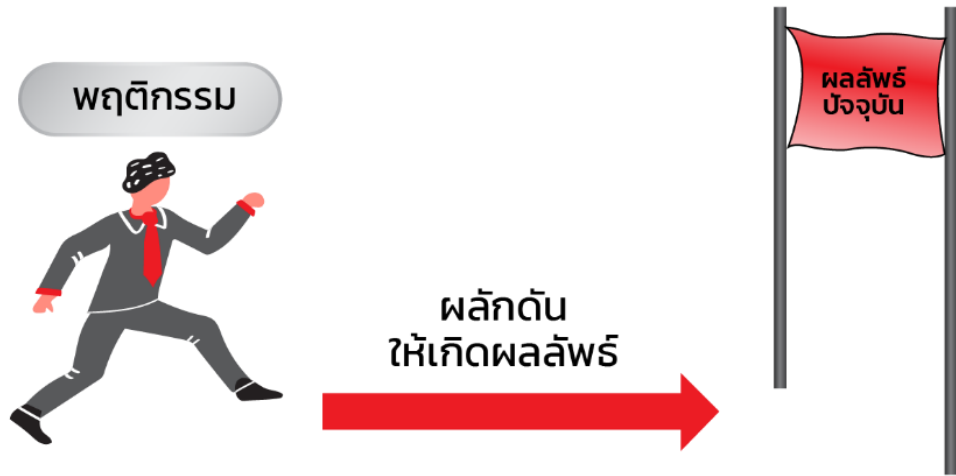
มุมมองต่อ
ความล้มเหลว

ถอดใจง่าย
โทษตัวเอง
ปิดกั้นตัวเอง

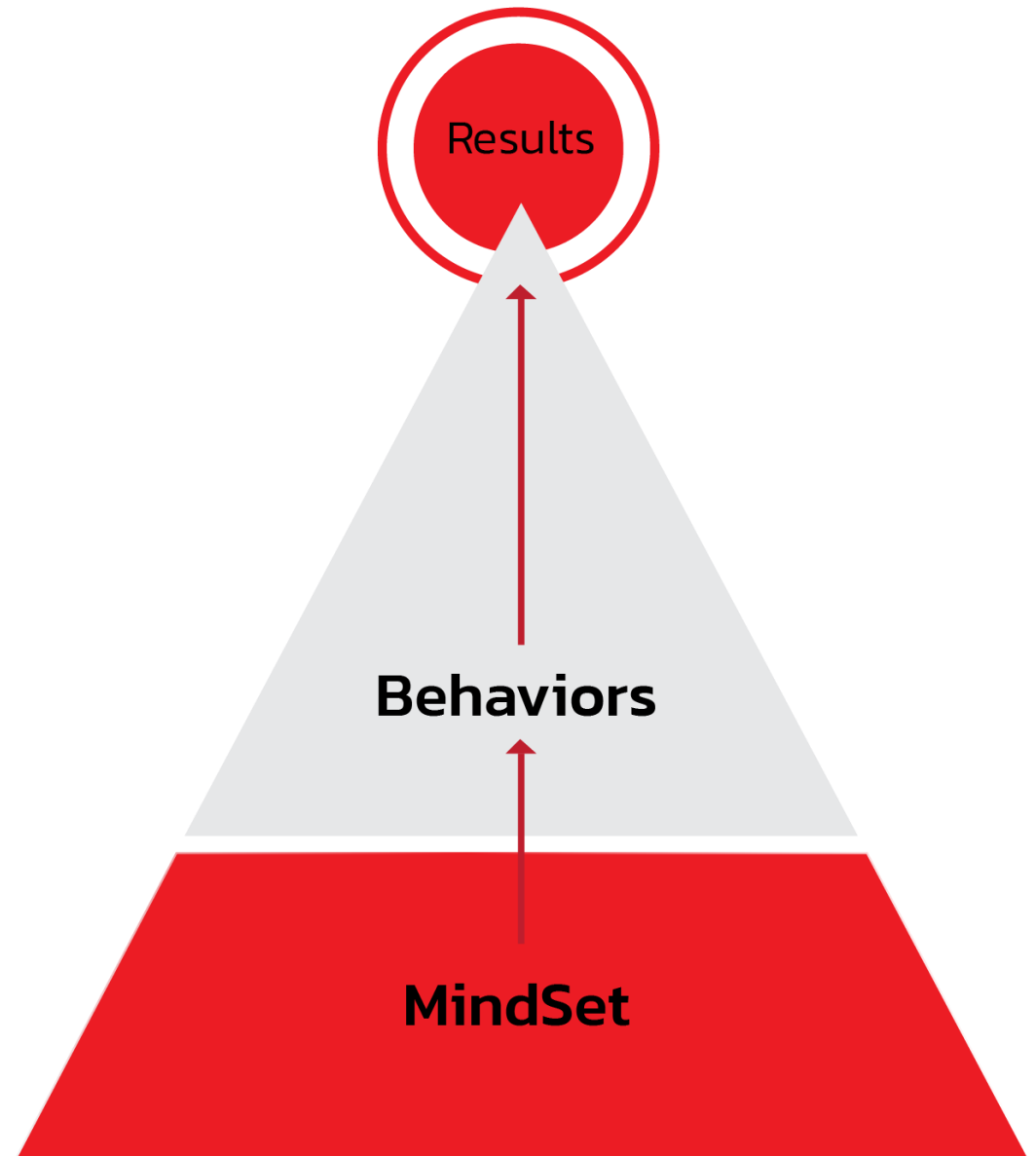


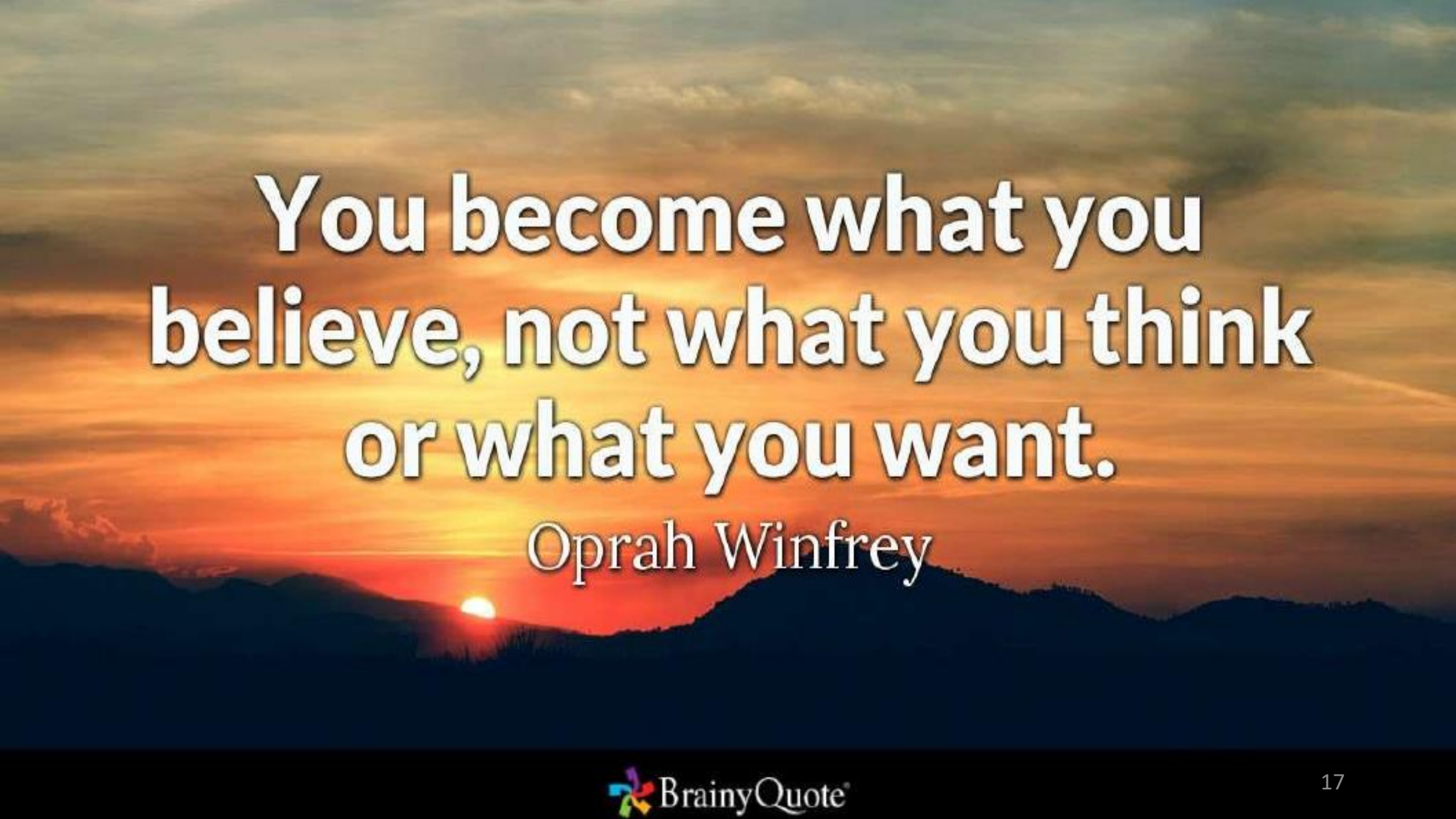
FIXED MINDSET





เป็นสิ่งที่บอกว่าคนคนหนึ่งจะเลือก
ทำพฤติกรรมไหน
และบอกถึงประสิทธิภาพ
ของพฤติกรรมเหล่านั้น



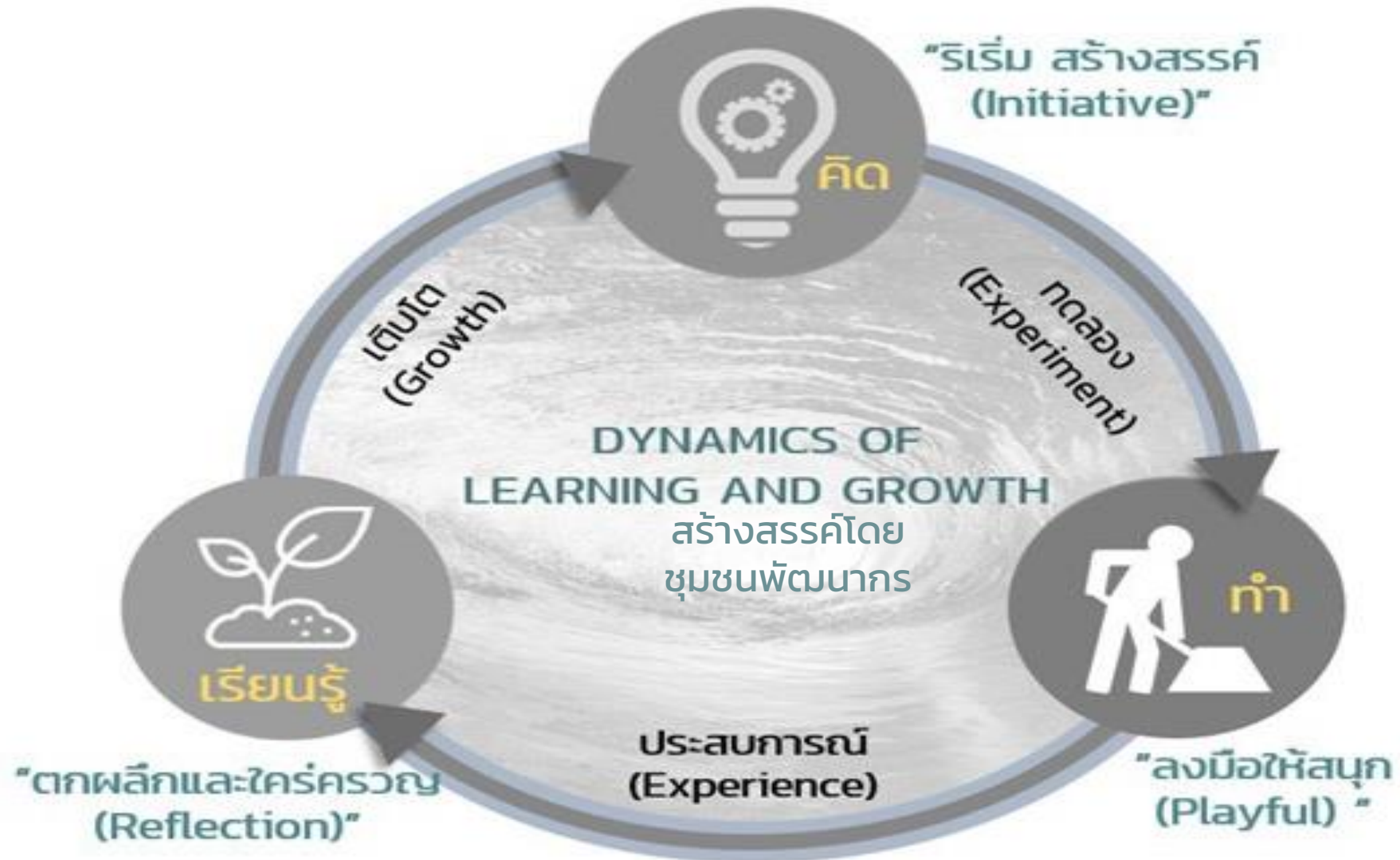
A vibrant sunset scene with a bright sun low on the horizon, casting a warm orange and yellow glow across a sky filled with soft, wispy clouds. The foreground shows the dark, silhouetted outlines of rolling hills or mountains.

**You become what you
believe, not what you think
or what you want.**

Oprah Winfrey

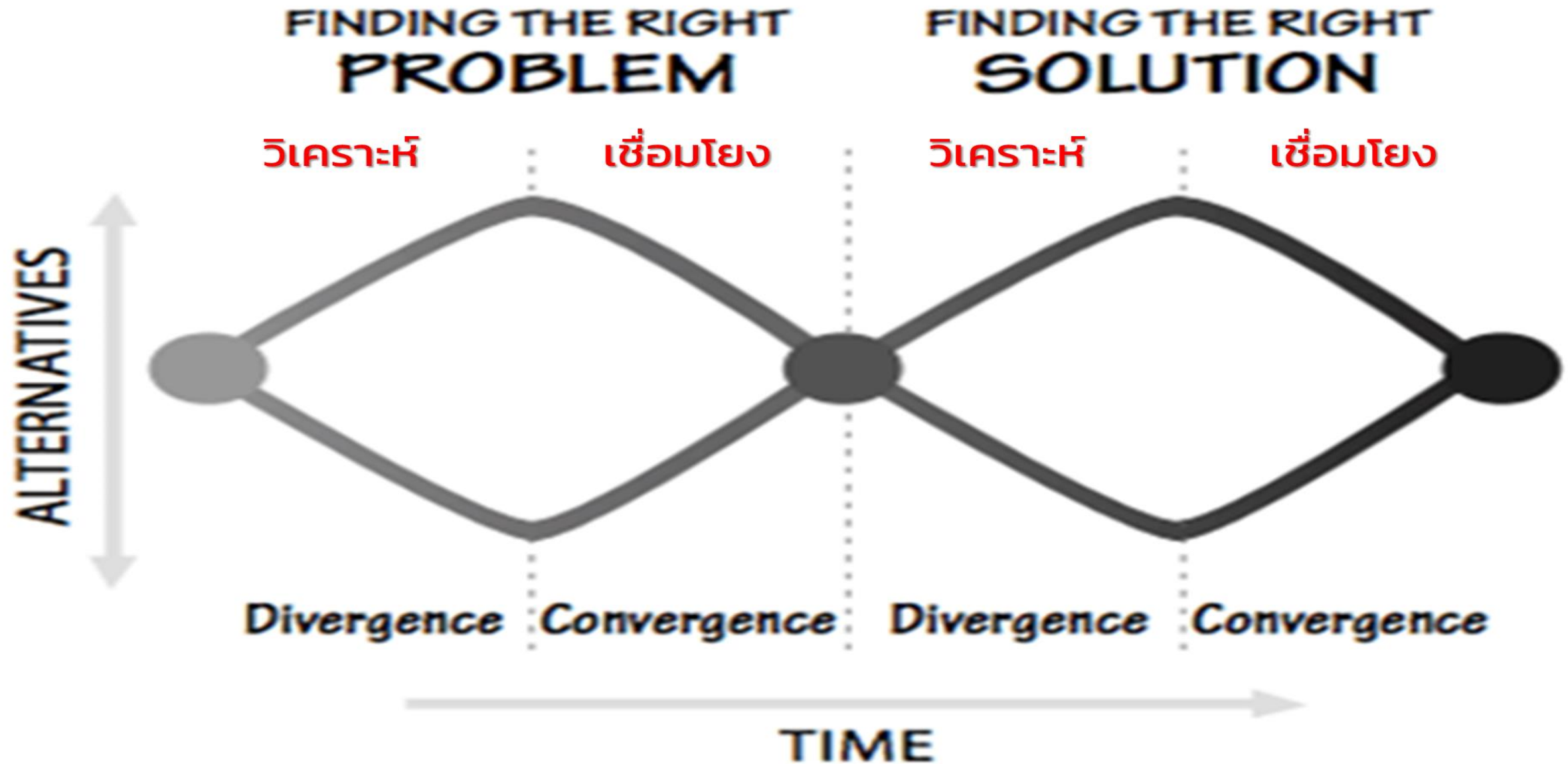
พลวัตการเรียนรู้และเติบโต

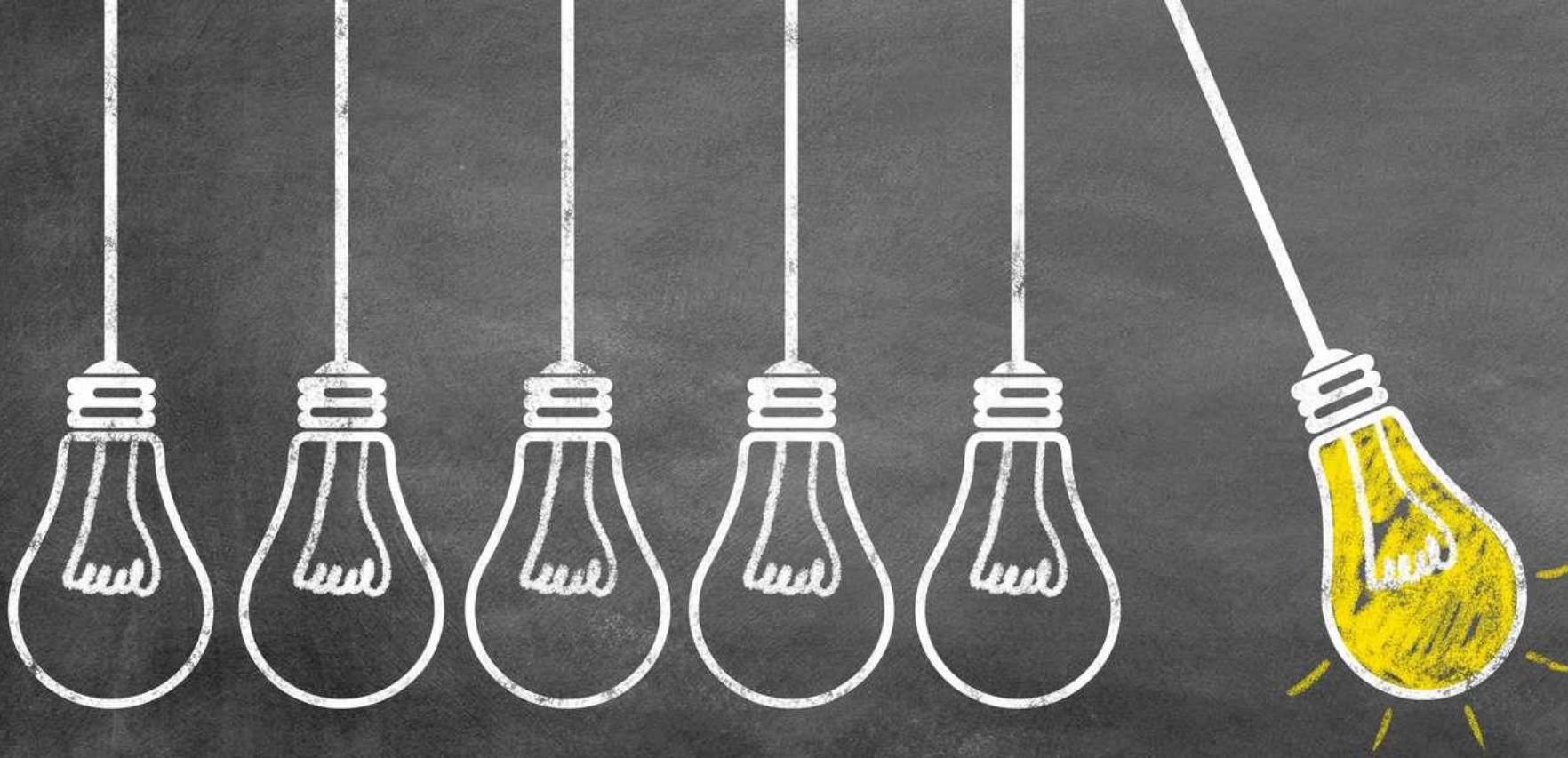
DYNAMICS OF LEARNING AND GROWTH





Creative Thinking มาจากทักษะการวิเคราะห์ และเชื่อมโยง





What's **Innovation** ???





Thing

ทำขึ้นใหม่(R&D)
หรือ
พัฒนาต่อยอด
(Improvement)



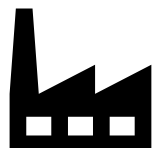
ใหม่สำหรับโลก
New to the World

ใหม่สำหรับภูมิภาค
New to a Region

ใหม่สำหรับประเทศ
New to a Country

ใหม่สำหรับภาคส่วน/
อุตสาหกรรม
New to a Sector / Industry

ใหม่สำหรับตลาด
New to a Market



ใหม่สำหรับองค์กร
New to an Organization

ใหม่สำหรับส่วน
New to a Site

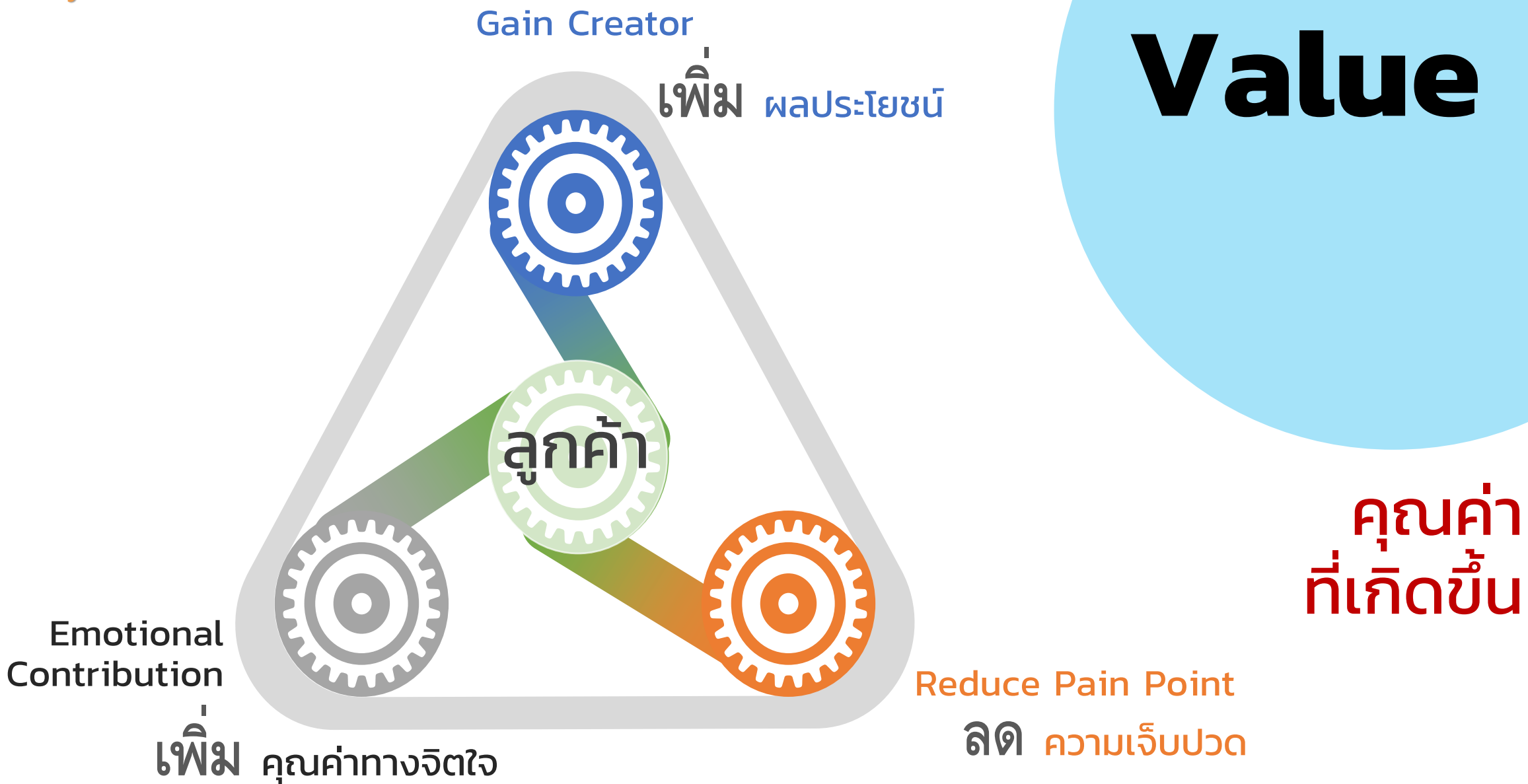
ใหม่สำหรับแผนก
New to a Department



ใหม่สำหรับตนเอง
New to an Individual

NEW

ระดับ
ความใหม่



INVENTION
สิ่งประดิษฐ์

Thing

INVALUABLE
สิ่งที่เป็นประโยชน์

INNOVATION

New

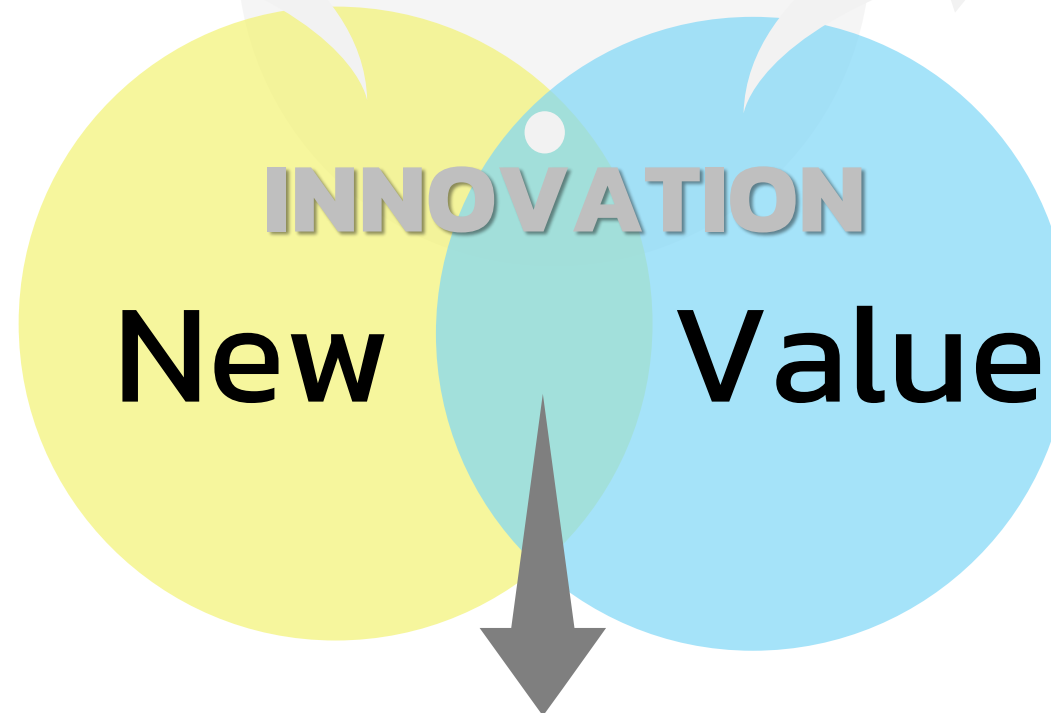
Value

INITIATIVE
ความคิดริเริ่ม

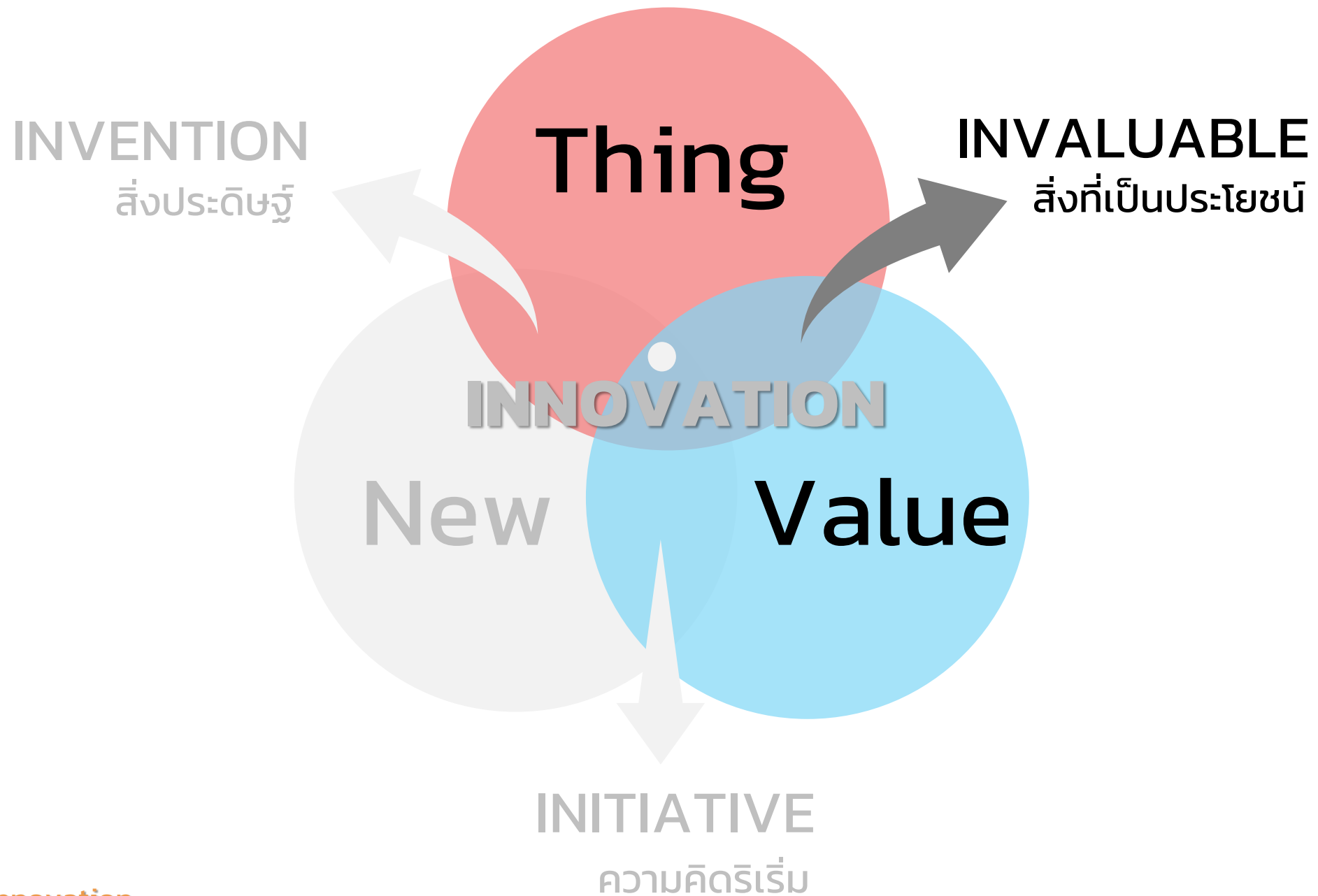
INVENTION
สิ่งประดิษฐ์

Thing

INVALUABLE
สิ่งที่เป็นประโยชน์



INITIATIVE
ความคิดริเริ่ม



INVENTION
สิ่งประดิษฐ์

Thing

INVALUABLE
สิ่งที่เป็นประโยชน์

INNOVATION

New

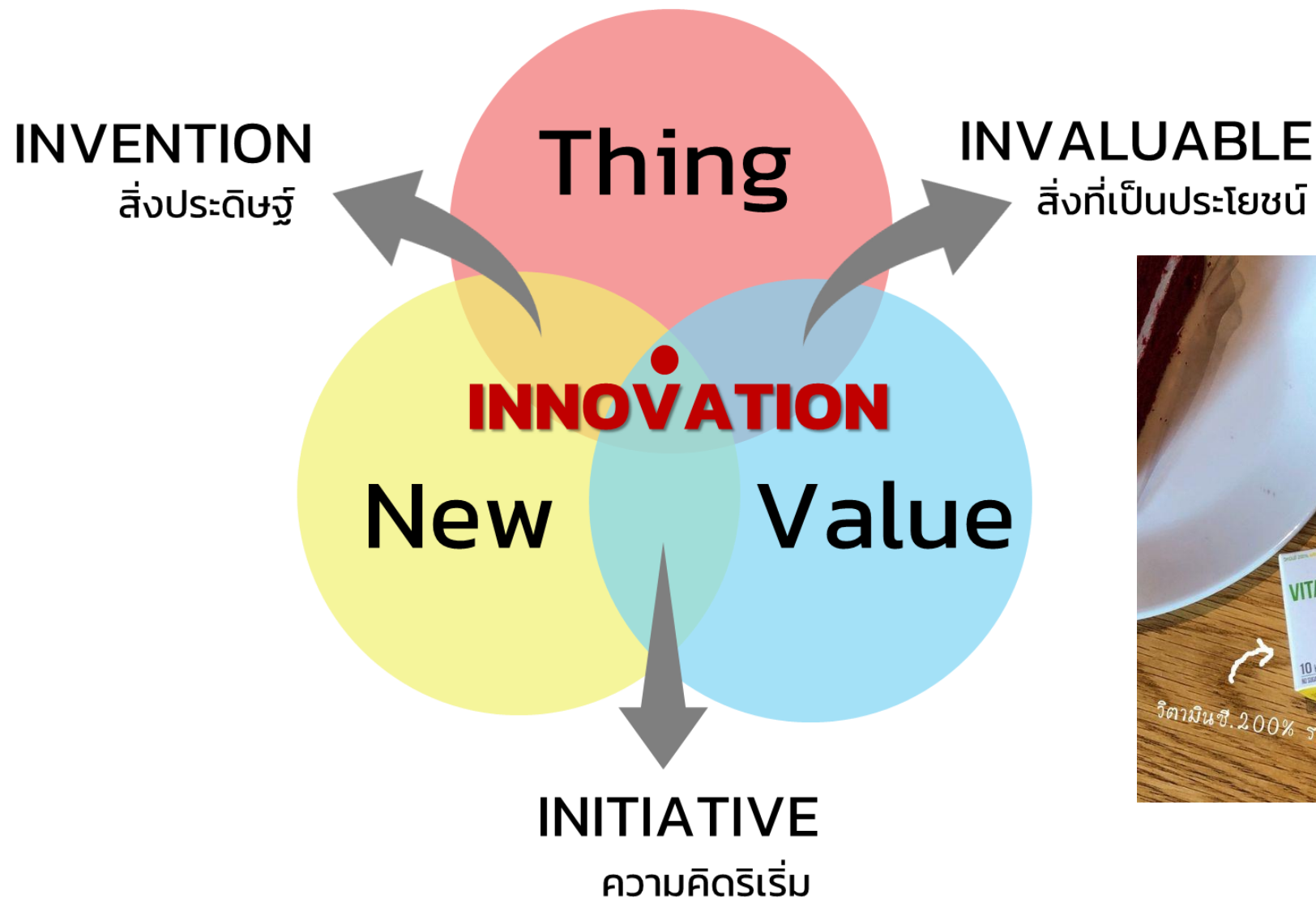
Value

INITIATIVE
ความคิดริเริ่ม



ทำให้ “วิตามินในน้ำ”
ดื่มได้สดสด
ดื่มเมื่อไหร่ก็อร่อย





Thing – ผลิตภัณฑ์
New – ระดับอุตสาหกรรม
Value – สะดวก ปลอดภัย สดชื่น น้ำหนักเบา



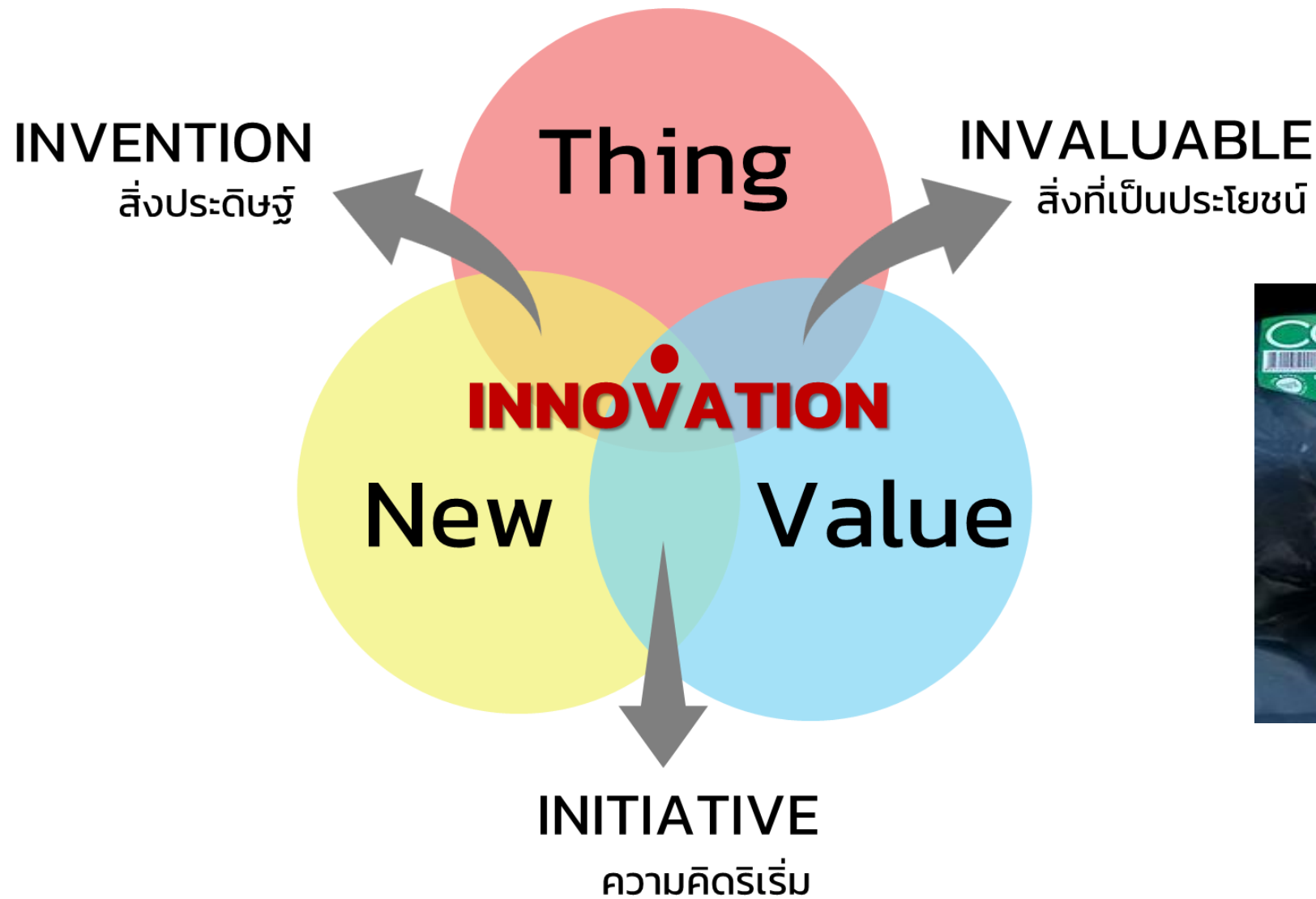
ชวนคิดผ่าน
#EasyInnovation Model



ทำให้ “มะพร้าว” ดื่มได้สะดวกมากยิ่งขึ้น



มะพร้าวมีฝาพร้อมเสิร์ฟ
นวัตกรรมดีๆ ฝีมือคนไทย
ซึ่งต้องผ่านการลองผิด
ลองถูกมามากมาย
เพราะการใช้เลเซอร์เพื่อ
การแกะสลักมะพร้าว
บางครั้งก็ใช้เลเซอร์ที่แรง
เกินไปทำให้รสชาติมะพร้าว
เกิดความเสียหายได้
เริ่มต้นเขาคิดขึ้นมาเพื่อ
สนองความต้องการส่วนตัว
ที่ต้องการสร้างนวัตกรรม
จากสิ่งรอบตัวให้ง่ายขึ้น
สิ่งสำคัญกับความสำเร็จ
ครั้งนี้ คือ ความอดทน
เพราะนอกจากจะใช้เวลา
ลองผิดลองถูกมานานแล้ว
ปัญหาของวัตถุดิบตาม
ฤดูกาลก็มีเช่นกัน



Thing – ผลิตภัณฑ์
New – ระดับอุตสาหกรรม / ระดับโลก
Value – สะดวก สะอาด ปลอดภัย ดื่มได้ทันที

ชวนคิดผ่าน
#EasyInnovation Model





ปลูกปั่น น้ำผักปั่น น้ำผลไม้ปั่นสดส่งสดทุกเช้าด้วย จักรยาน ดูแลตนเองและโลกไปพร้อมๆ กัน

ปลูกปั่นเป็นธุรกิจสีเขียว เราแปรรูปผักผลไม้และธัญพืชอินทรีย์ ให้เป็นน้ำปั่นและอาหารสุขภาพ เราซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยตรง คนปลูกมีความสุข คนปั่นมีความสุข คนกินน้ำปั่นก็มีความสุข ระบบสมัครรับน้ำปั่นล่วงหน้าทำให้เราสามารถกำหนด ปริมาณวัตถุดิบให้พอดีกับผู้บริโภค ไม่เหลือทิ้งลดต้นทุน บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลด้วยโอโซนกับขวดแก้วคุณภาพระดับโลก แล้วจะไปเหลือขยะอะไรเล่า! อะไรที่ปลูกได้เอาเอามาปั่น และเราก็ ปลูกปั่นให้โลกนี้ดีขึ้น



นำความชำนาญ และเครือข่ายสร้างรูปแบบการทำธุรกิจใหม่

INVENTION

สิ่งประดิษฐ์

Thing

INVALUABLE

สิ่งที่เป็นประโยชน์

INNOVATION

New

Value

INITIATIVE

ความคิดริเริ่ม

Thing – บริการ / รูปแบบการทำธุรกิจ

New – ระดับอุตสาหกรรม

Value – สะดวก สด สิ่งสดทุกเช้าด้วยจักรยาน
ดูแลตนเองและโลกไปพร้อมๆ กัน รวมถึงการดูแล
สิ่งแวดล้อม



ชวนคิดผ่าน

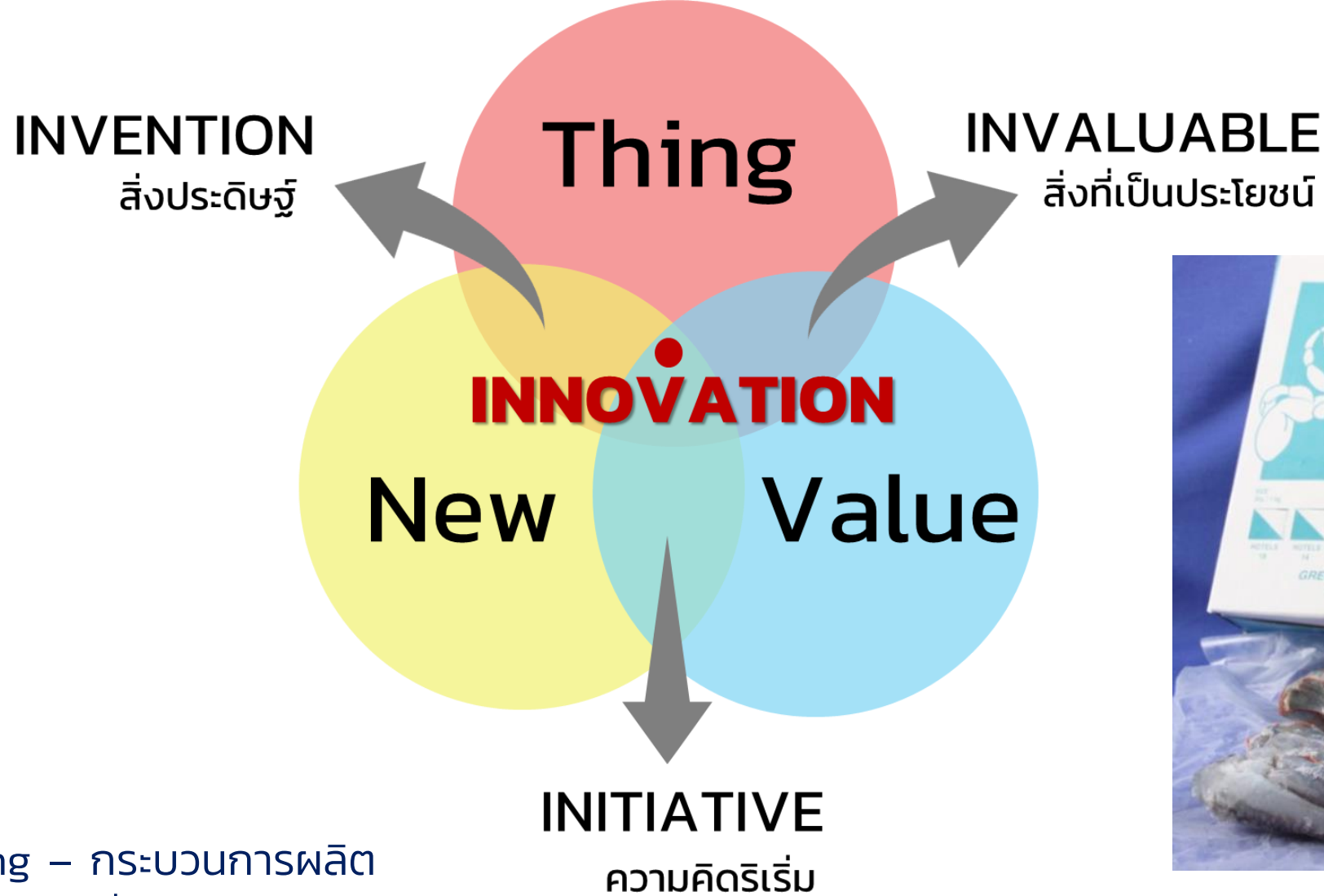
#EasyInnovation Model





“OASYS” ระบบฟาร์มเลี้ยงปูม้านี้ม
เชิงซ้อนแบบปิด

นวัตกรรมกระบวนการผลิตระดับโลกด้าน
ระบบฟาร์มเลี้ยงปูม้านี้มเชิงซ้อนแบบปิด
โดยการควบคุมความสมดุลของระบบ
นิเวศด้วยวิธีชีวบำบัด (bio-mitigation)
และมีการใช้โคโตซาน-โอโซน แสงสีม่วง
และออกซิเจนเหลว ในระดับที่เหมาะสม
ตามที่ปูม้าต้องการ นอกจากนี้ยังมีการใช้
จุลินทรีย์ชนิด Nitrosomonas,
Nitrobacter และ Bacillus subtilis
เพื่อควบคุมปริมาณของไนเตรก ไนไตรท์
และแอมโมเนีย ตลอดจนสามารถควบคุม
ความเค็ม ความโปร่งใส การเคลื่อนไหว
ของน้ำ และแสงแดดให้อยู่ในระดับที่
เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของสาหร่าย
แดงที่นำมาช่วยในการบำบัดน้ำได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ



Thing – กระบวนการผลิต

New – ระดับโลก

Value – ประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น เพิ่มมูลค่าของปู
ม้าและสาหร่ายแดงจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดย
สามารถเพิ่มมูลค่าปูม้าจากกิโลกรัมละ 100 บาท
เป็นกิโลกรัมละ 400 บาท



ชวนคิดผ่าน

#EasyInnovation Model



การนำของที่มืออยู่เดิมมาประกอบเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย







I would like to
be assisted!

อยากให้มีคนช่วย
แนะนำ



I would like to
shop on my own!

อยากซื้อปเอง



DRIVE THRU FOR TAX เลื่อนล้อต่อภาษี

280฿.

280฿.

บริการ 08.30-19.30 น.

รายการค่าบริการ

1. ค่าบริการ
2. ค่าภาษี
3. ค่าบริการต่อคิว
4. ค่าบริการอื่น ๆ

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

บริการ 08.30-19.30 น.

รายการค่าบริการ

1. ค่าบริการ
2. ค่าภาษี
3. ค่าบริการต่อคิว
4. ค่าบริการอื่น ๆ

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

รวมค่าบริการ 280 บาท

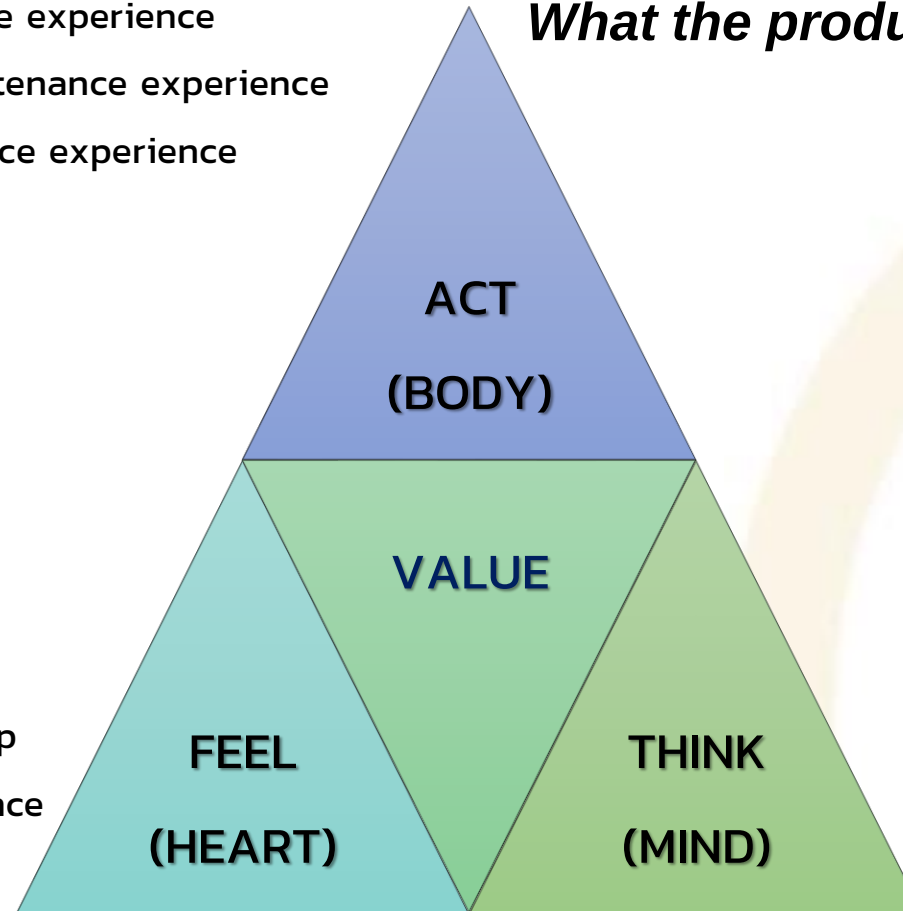
รวมค่าบริการ 280 บาท



กรอบแนวคิดการสร้างคุณค่า (Value Creation Framework)

- Key features and their benefits
- Deployment experience
- Usage experience
- Maintenance experience
- Service experience

Functional Value
What the product does



- Value of ownership
- Value of affiliation
- Value of relationship
- Emotional significance

Emotional Value
How it makes you feel

- Time savings
- Cost savings
- Quality improvements
- Flexibility enhancement

Economic Value
What that means in time and money



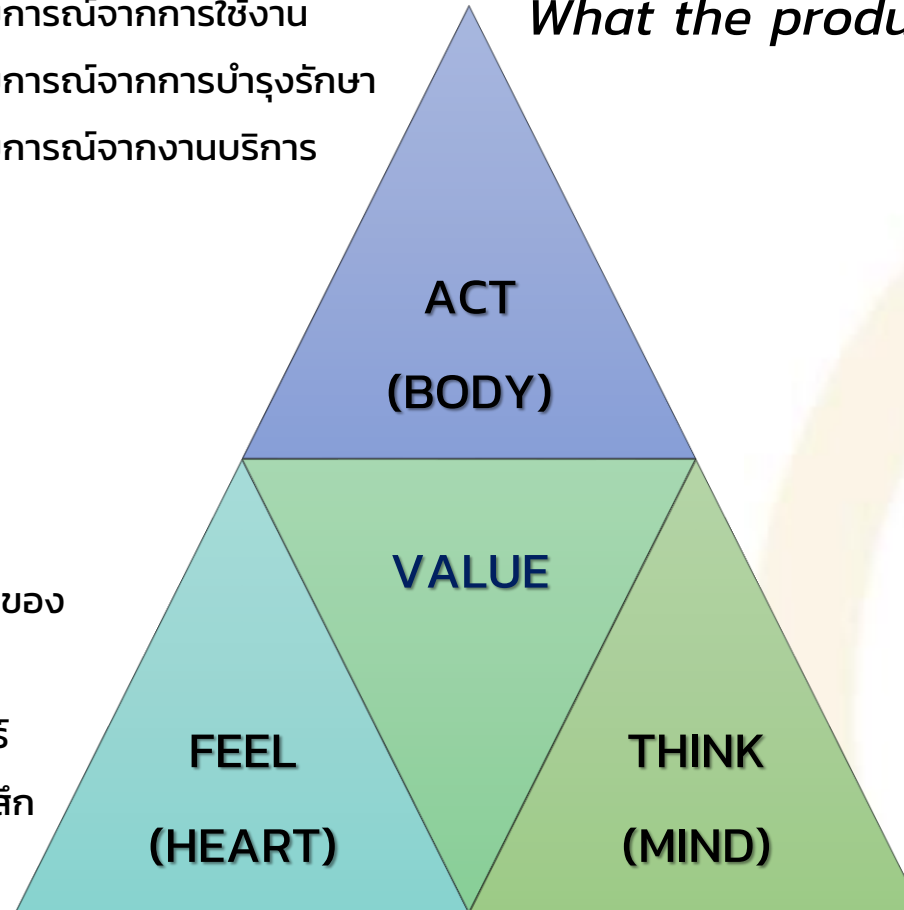


กรอบแนวคิดการสร้างคุณค่า (Value Creation Framework)

- คุณสมบัติที่สำคัญ และคุณประโยชน์
- ประสิทธิภาพจากการนำไปใช้
- ประสิทธิภาพจากการใช้งาน
- ประสิทธิภาพจากการบำรุงรักษา
- ประสิทธิภาพจากงานบริการ

คุณค่าด้านการใช้งาน

What the product does ?



- คุณค่าของความเป็นเจ้าของ
- คุณค่าของความร่วมมือ
- คุณค่าของความสัมพันธ์
- ความสำคัญทางความรู้สึก

คุณค่าทางจิตใจ และอารมณ์
How it makes you feel?

- ประหยัดเวลา
- ประหยัดต้นทุน
- พัฒนาปรับปรุงในเชิงคุณภาพ
- การเพิ่มการใช้งานที่หลากหลาย

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

What that means in time and money ?



1. นวัตกรรมคือการแก้ปัญหา และ
แข่งกันที่ใครใช้เงินน้อยกว่า

2. นวัตกรรมเกิดจากลงมือทดลองทำ
เพื่อเรียนรู้

3. ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่เรามีอยู่รอบตัว



“นวัตกรรม”

มักหาทางเปลี่ยนปัญหาเป็นทางออกเสมอ



M

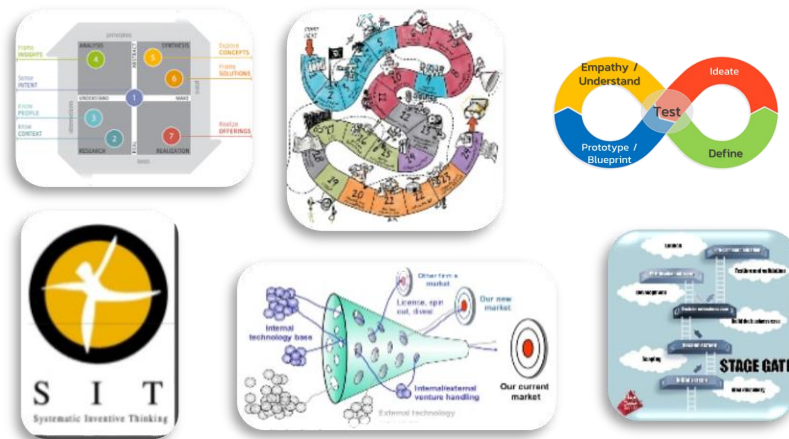
Mindset



Growth Mindset

T

Toolset



S

Skillset



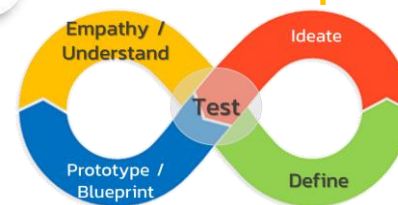
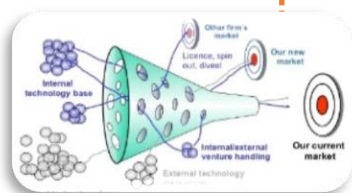
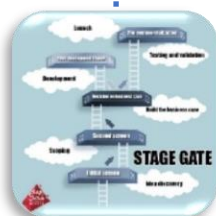
Practice Practice Practice
Practice Practice Practice
Practice Practice Practice

Practice

100%
WHY

50%
WHAT

20%
HOW



เจ้ากรรม
ไว้วางใจ
QUEST
VIA
มองสร้าง
ตามคำ
เหล่านั้น!



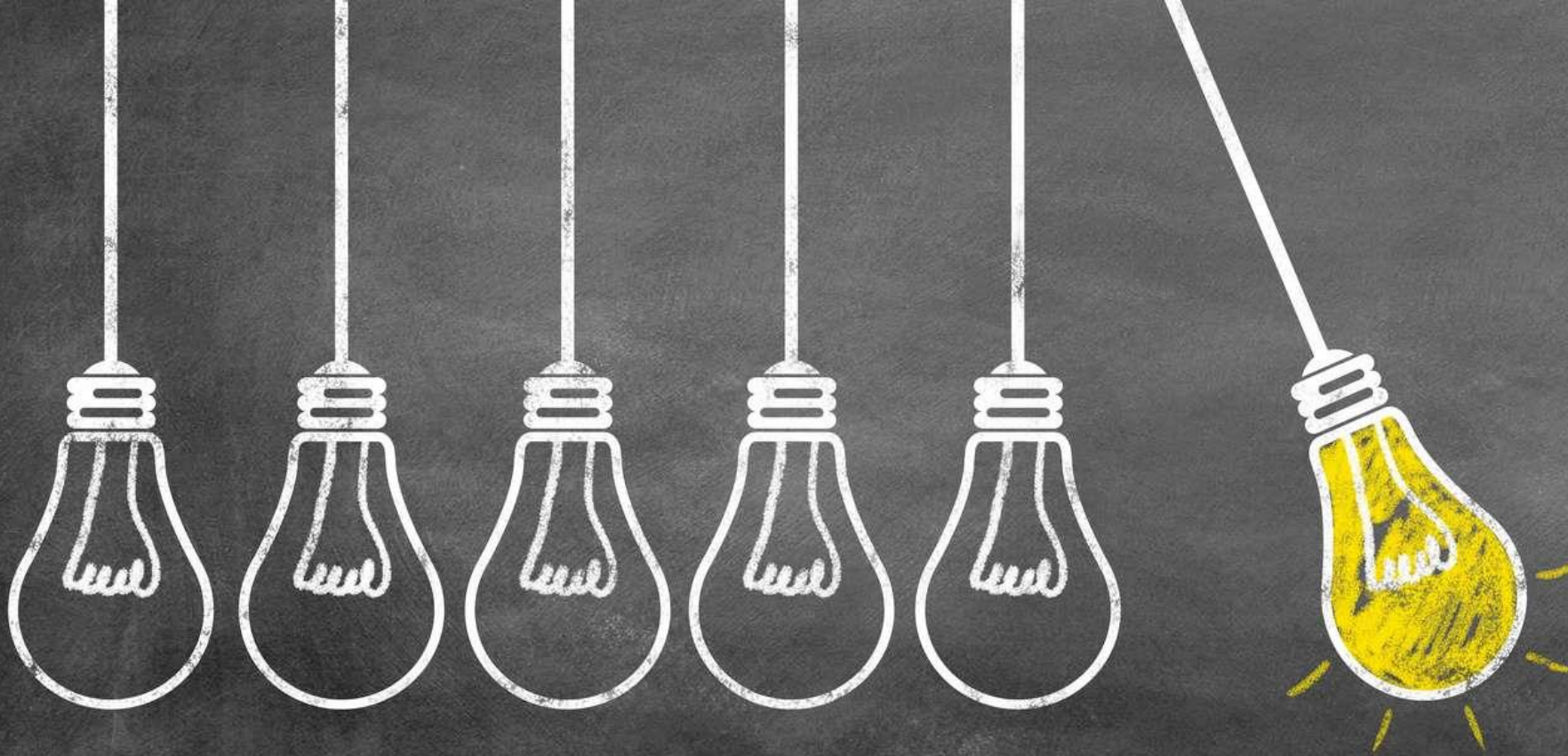
การสร้าง “นวัตกรรม” คือ
การสร้างข้อเสนอใหม่ๆ ที่มีความยั่งยืน





การสร้าง “นวัตกรรม” จำเป็นต้อง “ระบุปัญหาที่สำคัญ”
และจัดการปัญหาเหล่านั้น อย่างเป็นระบบ
เพื่อ “ส่งมอบ” แนวทางแก้ไขปัญหาใหม่
ที่เรียบง่ายและมี “คุณค่า”





#EasyInnovation Toolkits



**EASY
INNOVATION**

Design Thinking

3 Core concept by #EasyInnovation



By Veerinyaorn Luangboriboon, PhD.
Ekaruk parm Wong, PhD.

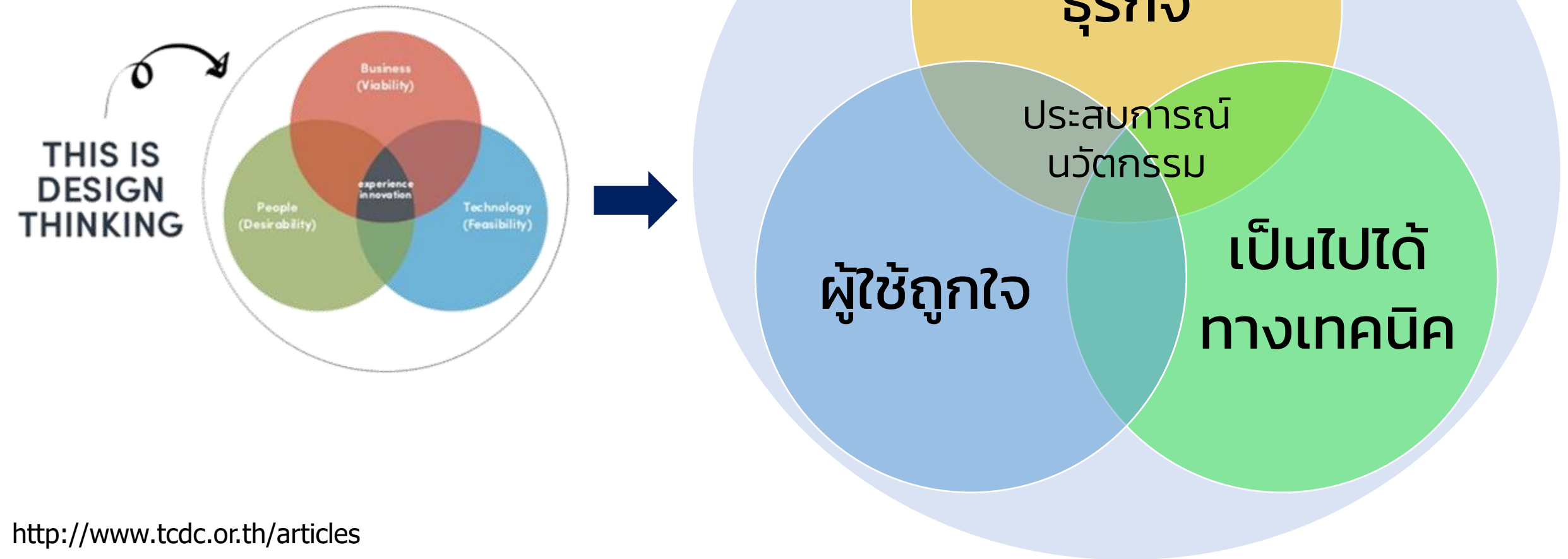
DESIGN THINKING!



กระบวนการคิดที่ใช้การ**ทำความเข้าใจ**ในปัญหาต่างๆ
อย่างลึกซึ้ง โดยเอา**ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง**และ นำเอาความคิด
สร้างสรรค์และ มุมมองจากคนหลายๆสาย
มาสร้างไอเดีย แนวทางการแก้ไข และนำเอาแนวทางต่างๆ
มาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือ นวัตกรรม
ที่**ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์**นั้นๆ

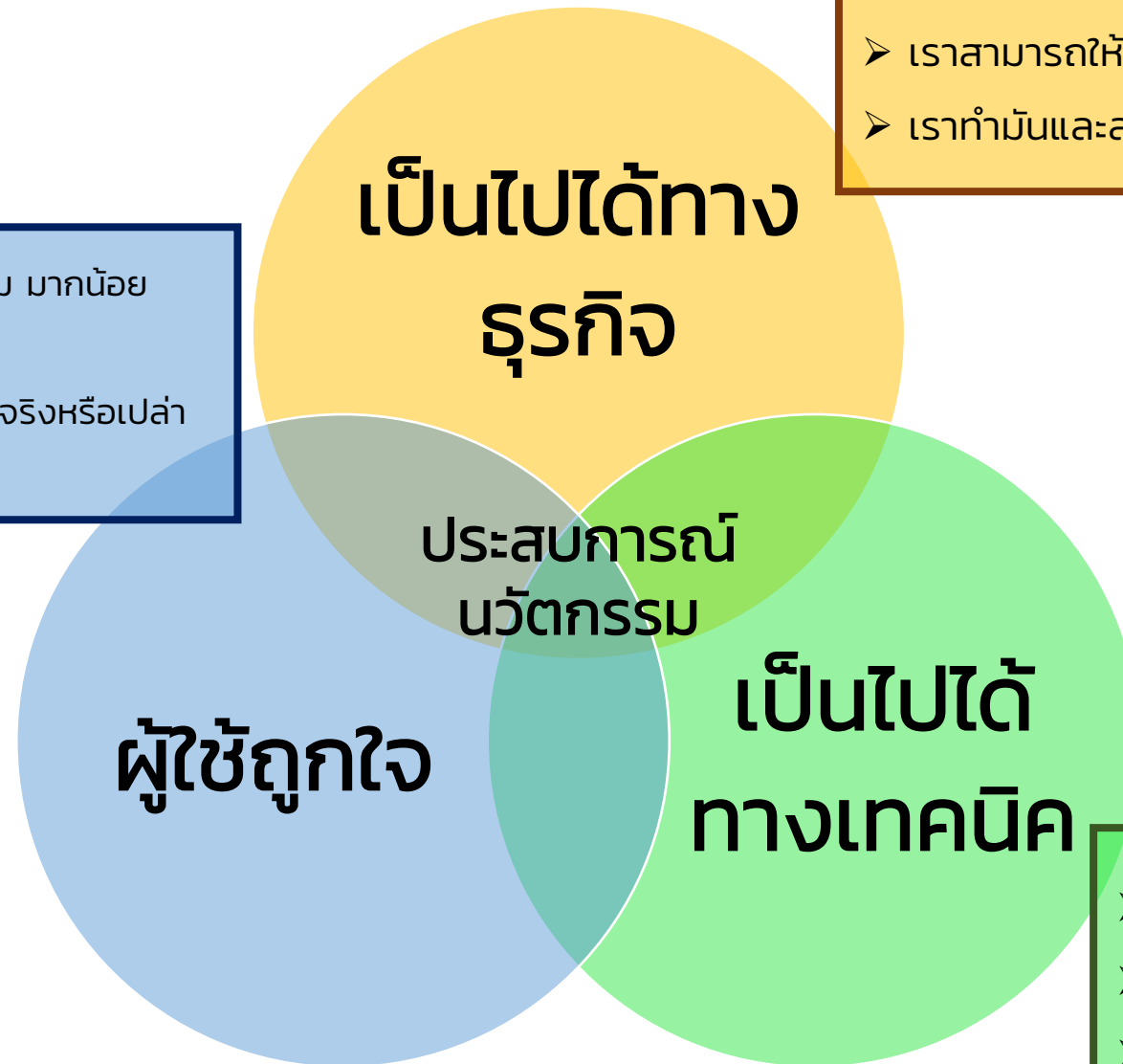


DESIGN THINKING





DESIGN THINKING



- ความต้องการ มีความเป็นไปได้ไหม มากน้อยเท่าไร
- มันจะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้จริงหรือเปล่า
- ความต้องการในตลาดใหญ่แค่ไหน

- เราแข่งขันได้ไหม
- เราสามารถให้สิ่งที่ดีกว่าได้หรือเปล่า
- เราทำมันและส่งมอบให้ลูกค้าได้อย่างไร

- มันคุ้มไหมที่จะทำ
- มันจะอยู่รอดได้อย่างไร และนานแค่ไหน
- มีการวางแผนธุรกิจอย่างไร



- คิดแบบ **T-Shape**



- กางแขนออกไปเพื่อจะเข้าใจคนอื่นๆ มากขึ้น เรียนรู้มุมมองของเพื่อนร่วมงานในแผนกอื่นบ้าง

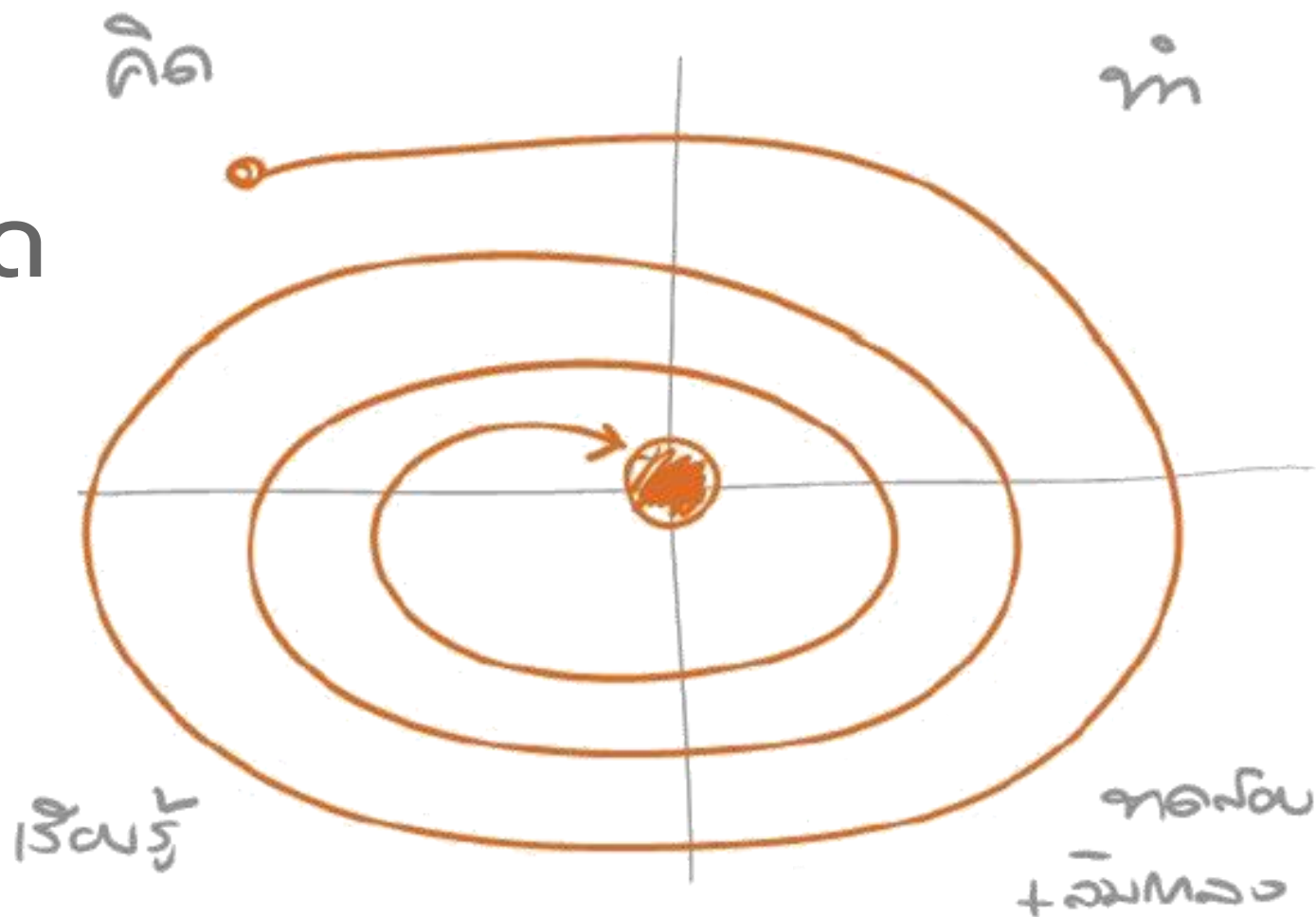


1. มีลักษณะเป็น **Choice (ทางเลือก)** เพื่อให้เราตัดสินใจ
2. ไม่ใช่เรื่องของ Styling
3. เป็นการ **Process Information** นำข้อมูลผ่านวิธีคิดที่เป็นระบบ
4. เป็นเรื่องของการสร้าง **Idea** และหา **Decision**
5. เป็นกระบวนการแบบ **ทำซ้ำวนไปวนมา**
6. ต้องการ**ความสามารถที่หลากหลาย**มาร่วมทำงาน
7. ทำงานแบบ **Teamwork** ไม่สามารถทำคนเดียวได้
8. เป็นการทำงานแบบผจญภัย เพื่อเดินทางไปสู่**ผลลัพธ์ใหม่ๆ**
9. เน้นการ **Explore & Test** สำรวจ ทดสอบ เเช็ชญอุปสรรค แก้ไข และย้อนกลับไปทำซ้ำๆ เพื่อหาคำตอบใหม่ได้



Fail Fast, Fail Often, and Fail Cheaply!

- พลิต First Draft / Prototype ออกมาเร็วสุด
- เพื่อใจว่าไม่สมบูรณ์แบบ
- รับฟังความคิดเห็น และกลับมาแก้ไขปรับปรุงได้เสมอ



3 ประโยคทองของการใช้เครื่องมือ Design Thinking

- Deep Listening
การฟังเชิงลึก
- Stop Talking, Start Doing
หยุดคุยแต่เริ่มลงมือได้แล้ว
- Move fast, Fail fast,
Fail Often, Fail Cheap
เริ่มได้เร็ว ล้มเหลวเร็ว
ล้มเหลวบ่อย ความล้มเหลวจะลดลง



IDEO Design Thinking for Educator

1

DISCOVERY



2

INTERPRETATION



3

IDEATION



4

EXPERIMENTATION



5

EVOLUTION



**I have a
challenge.**
*How do I
approach it?*

**I learned
something.**
*How do I
interpret it?*

**I see an
opportunity.**
*What do
I create?*

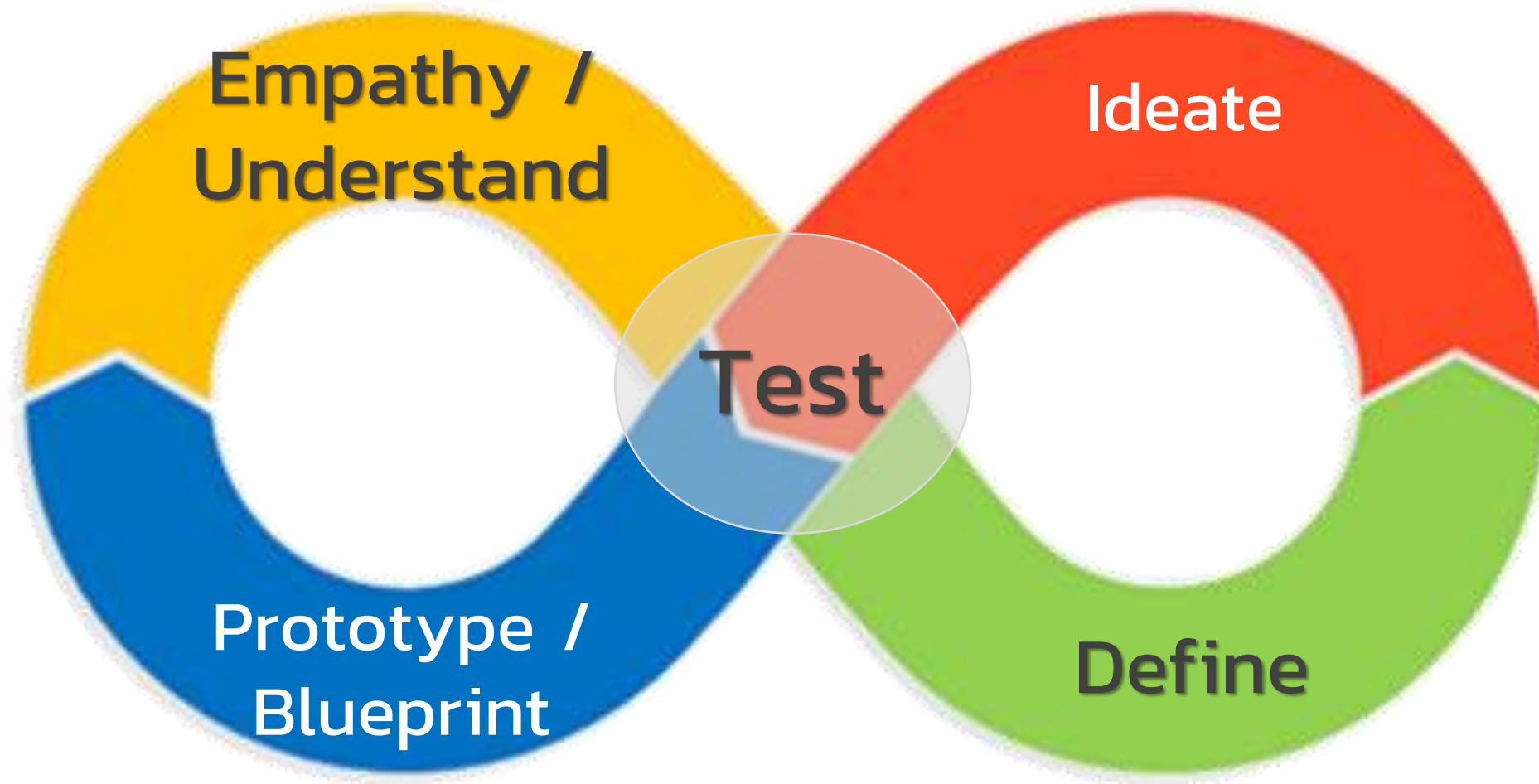
**I have an
idea.**
*How do I
build it?*

**I tried
something.**
*How do I
evolve it?*

IDEO design thinking for educators.



Design Thinking Process



line@ : @EasyInnovation
FB : EasyInnovation

**Easy
Innovation**



หลักการของ Design Thinking

หลักคิด	Stanford D.School	Norman Nielson Design 101	Zurb Design Thinking M.	Double Diamond by UK Design Council	andyeklund.com	IBM Design Thinking Model	Columbia Business School	Google SPRINT	IDEO Design Process	EasyInnovation Infinity Loop
เรียนรู้ Understand	Empathize	Empathize		Discovery	Discovery	Empathize	What is ?	Understand	Inspiration	Empathize
	Define	Define	Define	Define	Define	Define		Define		Define
คิด Ideate	Ideate	Ideate	Ideate			Ideate	What if ?	Diverge	Ideation	Ideate
	Prototype	Prototype	Prototype	Build	Develop	Prototype		Decide		Prototype
ทำ Test	Test	Test		Deliver	Deliver	Test	What Works ?	Validate	Implementation	Test
		Implement	Analyze							



Design Thinking Process

Empathy

การทำความเข้าใจ ความต้องการ ความจำเป็น อารมณ์ และความรู้สึก โดยการศึกษาค้นหา **Insight** ของเหตุการณ์และ **บุคคลที่เกี่ยวข้อง** โดยเน้นการค้นหา **Unmet Need**

Tip

- เปิดใจรับฟังปัญหา เว้นการตีกรอบหรือตัดสินปัญหาด้วยมุมมองของเรา
- เอาใจเขา มาใส่ใจเรา เข้าไปสัมผัสในความรู้สึก สถานที่ และประสบการณ์จริง
- อย่าเพิ่งคิดแนวทางแก้ไขปัญหาตั้งแต่แรก

Tool

- Empathy Map Canvas
- Interview & Focus Group
- Deep Listening
- Dialogue
- Theory-U



Important



Design Thinking Process

Define

การนำข้อมูลที่เก็บได้เหล่านั้นเพื่อมา**วิเคราะห์และ ตีความหาโจทย์**ที่น่าสนใจ โดยการระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน และเป็นปัญหาที่แท้จริงเพื่อนำมาใช้ในการคิดแก้ปัญหาต่อไป

Tip

- ระมัดระวังการตัดสินใจตามมุมมองของตนเอง
- ระมัดระวังการคิดแบบแคบ (Narrow Down) แทนที่จะคิดให้รอบด้าน
- อย่าเพ่งมองถึงแนวทางแก้ไขปัญหาเพราะอาจทำให้เกิดความสับสน

Tool

- Mindmap® Canvas
- Concept Map Canvas
- Why – Why Analysis
- Customer Journey / Experience
- Root-Cause Analysis
- HMW (How Might We) Technique





Design Thinking Process

Ideate

การสร้างไอเดีย หรือการต่อยอดไอเดียจากหลากหลายมุมมอง เพื่อสร้างสรรค์ไอเดียนวัตกรรมที่แปลกใหม่และ ตอบโจทย์การ แก้ไขปัญหาเพื่อให้ตรงตามความเข้าใจของลูกค้า

Tip

- ห้ามประเมินไอเดียของคนอื่นและตนเอง เพราะมันจะเป็นการบล็อกความคิดสร้างสรรค์
- เน้นปริมาณ ไม่เน้นคุณภาพ เน้นการต่อยอดไอเดียซึ่งกันและกัน
- ขั้นตอนนี้จะใช้วิธีการระดมสมอง ผสมผสานกับเครื่องมือต่างๆ
- เน้นการคิดนอกกรอบให้มากที่สุดก่อนหาวิธีการคัดเลือกสิ่งที่จำเป็น

Tool

- Braindrum Technique with Post-It
- Value Proposition Design
- Brainstroming
- Brain Writing Mixed
- COCD BOX
- "Yes and ..." Thinking





Design Thinking Process

Prototype

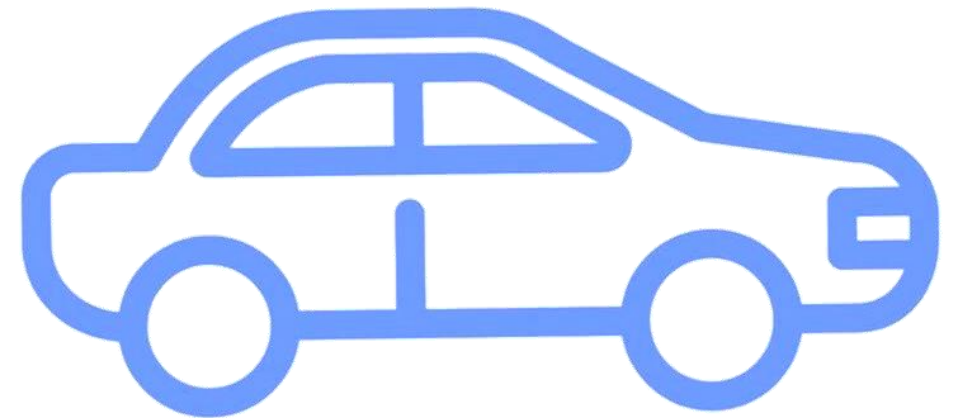
การเอาไอเดียที่คัดเลือกไว้แล้วมา**สร้างต้นแบบนวัตกรรม**ที่จะใช้ในการแก้ปัญหา ขั้นตอนนี้เน้นการทำเป็นเป็น**ต้นแบบอย่างง่าย**ก่อนเพื่อใช้ในการ**ทดสอบแนวคิด**

Tip

- รับลงมือทำ อย่ามัวแต่วางแผน
- ต้นแบบเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิดในหัว ให้ออกมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้เพื่อใช้ในการพิสูจน์ไอเดีย
- Fail Fast, Fail Often, Fail Cheap
- ต้นแบบไม่จำเป็นต้องลงทุนสูง

Tool

- Paper / Rapid Prototype
- Mockups
- Storyboards
- Draft Blueprint





Design Thinking Process

Test

การ**ทดสอบต้นแบบ**ที่ทดลองทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหของ
กลุ่มเป้าหมาย แล้วดำเนินการ**เก็บข้อมูล**ที่ได้มา เรียนรู้ แล้ว**วน**
กลับไปขั้นตอนแรก จนกว่าจะได้นวัตกรรมที่นำไปสู่เชิงพาณิชย์

Tip

- Fail Fast, Fail Often, Fail Cheap
- Stop Talking, Start Doing อย่ามัวแต่คุยวางแผนให้ยืดเยื้อ รีบลงมือทำให้เร็ว
- เปิดใจรับฟังลูกค้าเชิงลึกเพื่อนำเข้ากระบวนการพัฒนาอีกขั้น

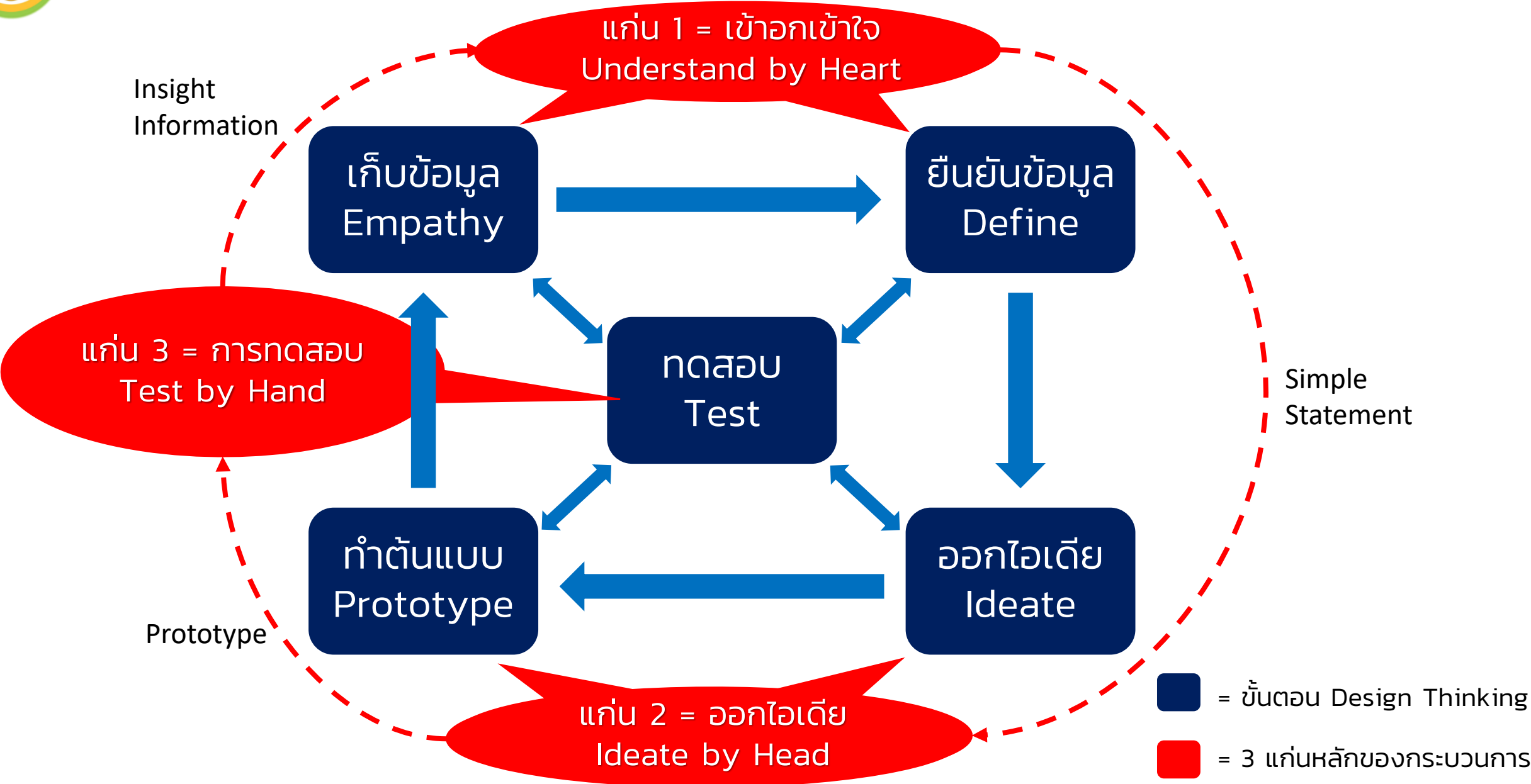
Tool

- Project Model Canvas(PMC)
- Innovation Canvas
- Scenario
- Role Play
- Storytelling
- I Like ... I Wish



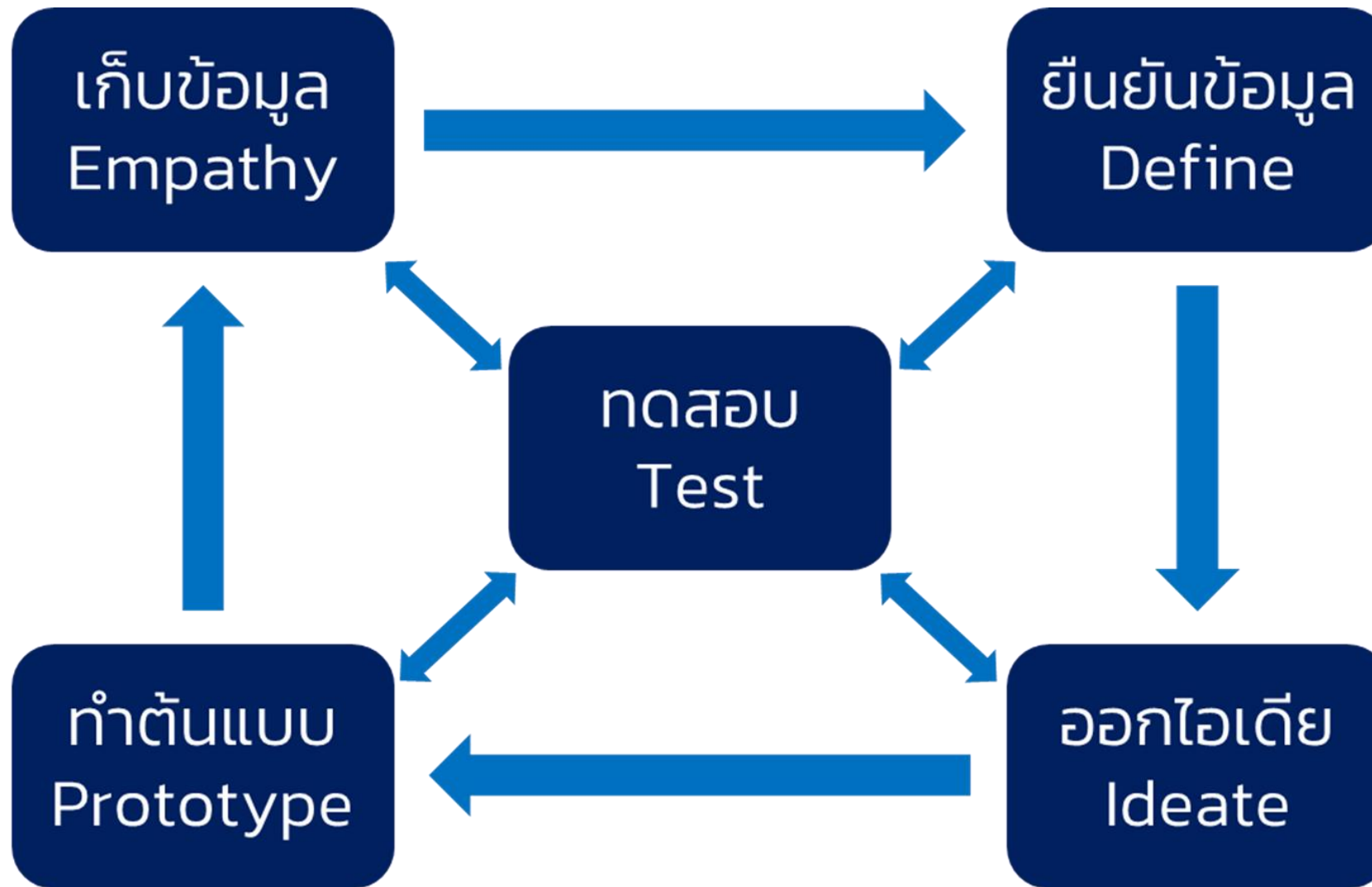


Speed **Design Thinking** with 3 Core Concept





"You always edit a bad page, not a blank page"





It's time

STAKEHOLDER MAPPING





- การบริหารจัดการธุรกิจที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่ม
- องค์กรต้องพิจารณาว่ามีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้าง
- ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะอย่างไร
- ผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญและสอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรอย่างไร
- **ที่สำคัญ** องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียมีคุณค่าร่วมกันอย่างไร

STAKEHOLDER MAPPING

สังคมในองค์กร

สังคมใกล้

สังคมไกล

CORE COMPETENCY ANALYSIS



CORE COMPETENCY

ความถนัดหลัก / ความเชี่ยวชาญเฉพาะของธุรกิจ

- ร้านอาหาร บางร้านอาจจะเก่งเรื่อง อาหารทะเล บางร้านเก่งเรื่องอาหารไทยแท้ๆ บางร้านเก่งเรื่องอาหารอีสาน
- ในที่เก่งเรื่องการออกแบบสินค้าให้ตอบโจทย์นักกีฬาพร้อมกับความสวยงาม และทำการตลาดออกแบบหน้าร้านให้ตื่นเต้น
- ส่วนอาดิดาส จะเก่งเรื่องออกแบบรองเท้าให้ตอบสนองวิทยาศาสตร์ทางกีฬา เป็นหลักให้นักกีฬาเก่งที่สุดในแบบที่เขาเป็น
- บริษัทขนส่งบางที่ก็เก่งภาคใต้ บางบริษัทก็เก่งขนส่งภาคเหนือโดยชำนาญทางและมีเครือข่ายพัสดุ และจำนวนรถที่ทำให้ต้นทุนถูกกว่า

CORE COMPETENCY ANALYSIS

[illegible]



- ทำให้ทุกคนเห็นภาพเดียวกัน
- สะท้อนในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้อง
- เห็น Mindset ในการใช้ชีวิต / วิธีคิด



Persona Canvas ...

เทคนิคการระดมสมอง

เพื่อให้เข้าใจ **ลูกค้า** อย่างลึกซึ้ง

ผ่านการตอบคำถามบน **Persona Canvas**

เพื่อใช้เป็นตัวช่วยในการออกแบบที่ตรงใจลูกค้า

PERSONA



- วิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้
- เพื่อให้การเข้าใจว่าตัวตนของผู้ซื้อ / กลุ่มเป้าหมาย / ลูกค้า (USER) นั้นจะเป็นอย่างไร
- เพื่อทำความเข้าใจในบุคลิกของ USER ได้ถูกต้อง
- เป้าหมายของ USER ที่อยากจะได้สินค้าหรือการแก้ปัญหานี้คือใคร
- มีแรงบันดาลใจหรือแรงขับที่จะทำให้เกิดการซื้อได้อย่างไร รวมถึงพฤติกรรมและความนึกคิดต่าง ๆ ของ USER ออกมาได้
- ภาพที่ชัดเจนได้ของความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย

Customer Persona Template

ลักษณะประชากร

ชีวิตประจำวัน

เป้าหมาย / ความท้าทาย



งานอดิเรก & สิ่งที่น่าสนใจ

พฤติกรรม

สื่อและคนที่มีอิทธิพล

Pain Point

Gain

Customer Persona Template

ลักษณะประชากร

- > อาชีพ
- > ที่อยู่
- > อายุ
- > สถานะ
- > การศึกษา
- > รายได้

ชีวิตประจำวัน

ทำให้รู้ถึงว่า วันหนึ่ง ๆ คนคนนี้จะต้องเจออะไรบ้างในชีวิตประจำวัน เพื่อที่จะได้รู้การเดินทางในแต่ละวันว่ามาเจอสินค้าและบริการได้อย่างไร

เป้าหมาย / ความท้าทาย

กลุ่มตัวแทนนั้นมีเป้าหมายอะไรในชีวิตและความท้าทายในแต่ละวันที่ต้องเจอในการแก้ปัญหาต่างๆ ขึ้นมา

ชื่อ + คำนิยามแทนตัวตน



งานอดิเรก & สิ่งที่น่าสนใจ

กลุ่มตัวแทนมีความสนใจอะไรบ้างและมีงานอดิเรกอย่างไร เพื่อที่จะสามารถหาจุดมาสื่อสารต่อไปได้ถูกต้อง

พฤติกรรม

พฤติกรรมของตัวแทนนั้นมีความสุขเป็นคนจริงจัง เป็นคนรักครอบครัวหรือชอบเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถสร้างเนื้อหาหรืองานที่ตรงกับพฤติกรรม

สื่อและคนที่มีอิทธิพล

รับสื่ออะไรบ้าง ใช้แบรนด์อะไร ชอบอ่านอะไร ดูทีวีรายการไหน ดาราคนไหนที่ชอบ ใครเป็นคนที่มามีอิทธิพลต่อเค้า

Pain Point

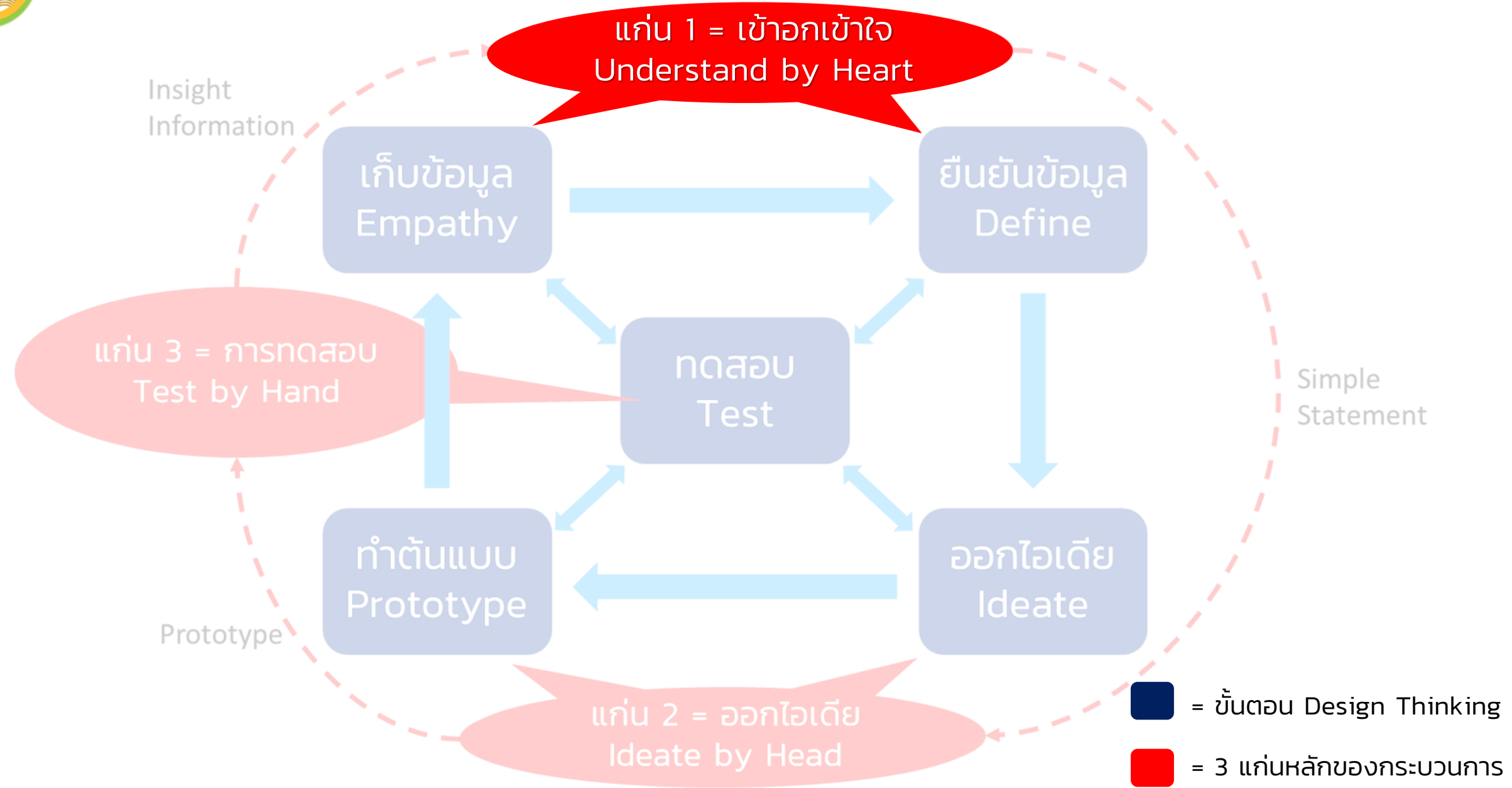
ปัญหาและอุปสรรคที่พบเจอในปัจจุบัน

Gain

ต้องการอะไรมากที่สุดหรือมีความคาดหวังอย่างไร



Speed **Design Thinking** with 3 Core Concept





Design Thinking Process

Empathy

การทำความเข้าใจ ความต้องการ ความจำเป็น อารมณ์ และความรู้สึก โดยการศึกษาค้นหา **Insight** ของเหตุการณ์และ **บุคคลที่เกี่ยวข้อง** โดยเน้นการค้นหาลงไปสู่ **Unmet Need**

Tip

- เปิดใจรับฟังปัญหา เว้นการตีกรอบหรือตัดสินปัญหาด้วยมุมมองของเรา
- เอาใจเขา มาใส่ใจเรา เข้าไปสัมผัสในความรู้สึก สถานที่ และประสบการณ์จริง
- อย่าเพิ่งคิดแนวทางแก้ไขปัญหาตั้งแต่แรก

Tool

- Empathy Map Canvas
- Interview & Focus Group
- Deep Listening
- Dialogue
- Theory-U

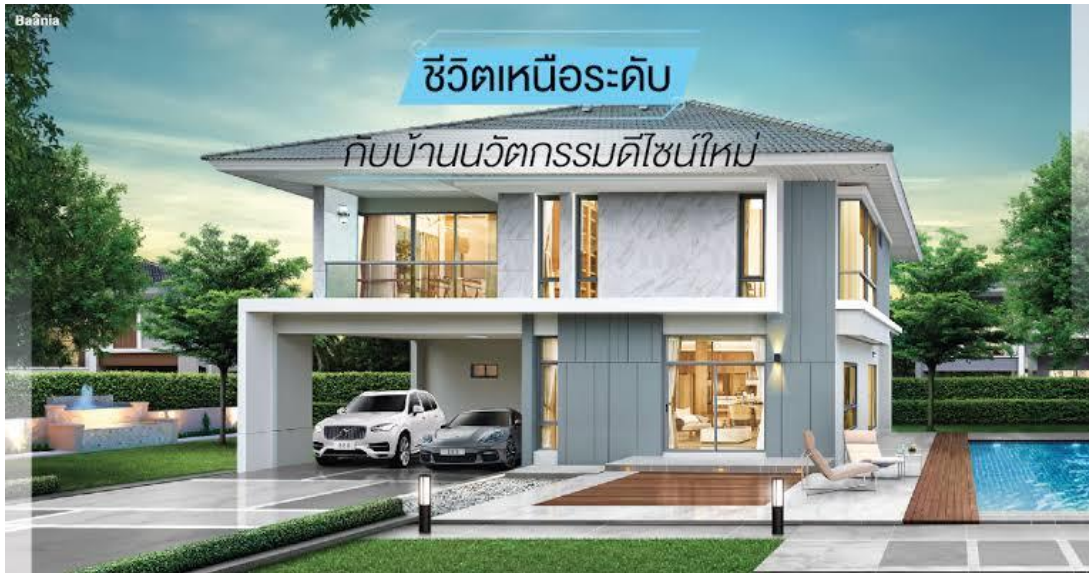


Important



Empathy >>> Customer Journey Experience

ถ้า**มี** Product / Service ในใจ



คุณเจาะตาม Product / Service ที่เรามี
(A Day with Product / Service)

ถ้า**ไม่มี** Product / Service ในใจ



คุณเจาะลึกการสัมภาษณ์ในชีวิตประจำวัน
เห็นการใช้ชีวิต / การใช้เงิน
(A Day in a Life)





Learn

(desk research)

- **การศึกษากลุ่มผู้ใช้งาน**
User Research
- **การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ**
Expert Interview
- **การศึกษาคู่แข่ง**
Competition Research
- **การศึกษาโดยการเทียบเคียง**
Benchmark Research
- **การศึกษาตลาด**
Market Research



Look

(observation)

- การสังเกตแบบเปิดเผย
Open Observation
- การสังเกตแบบแอบแฝง
Hidden Observation
- การสังเกตแบบติดตาม
Shadowing

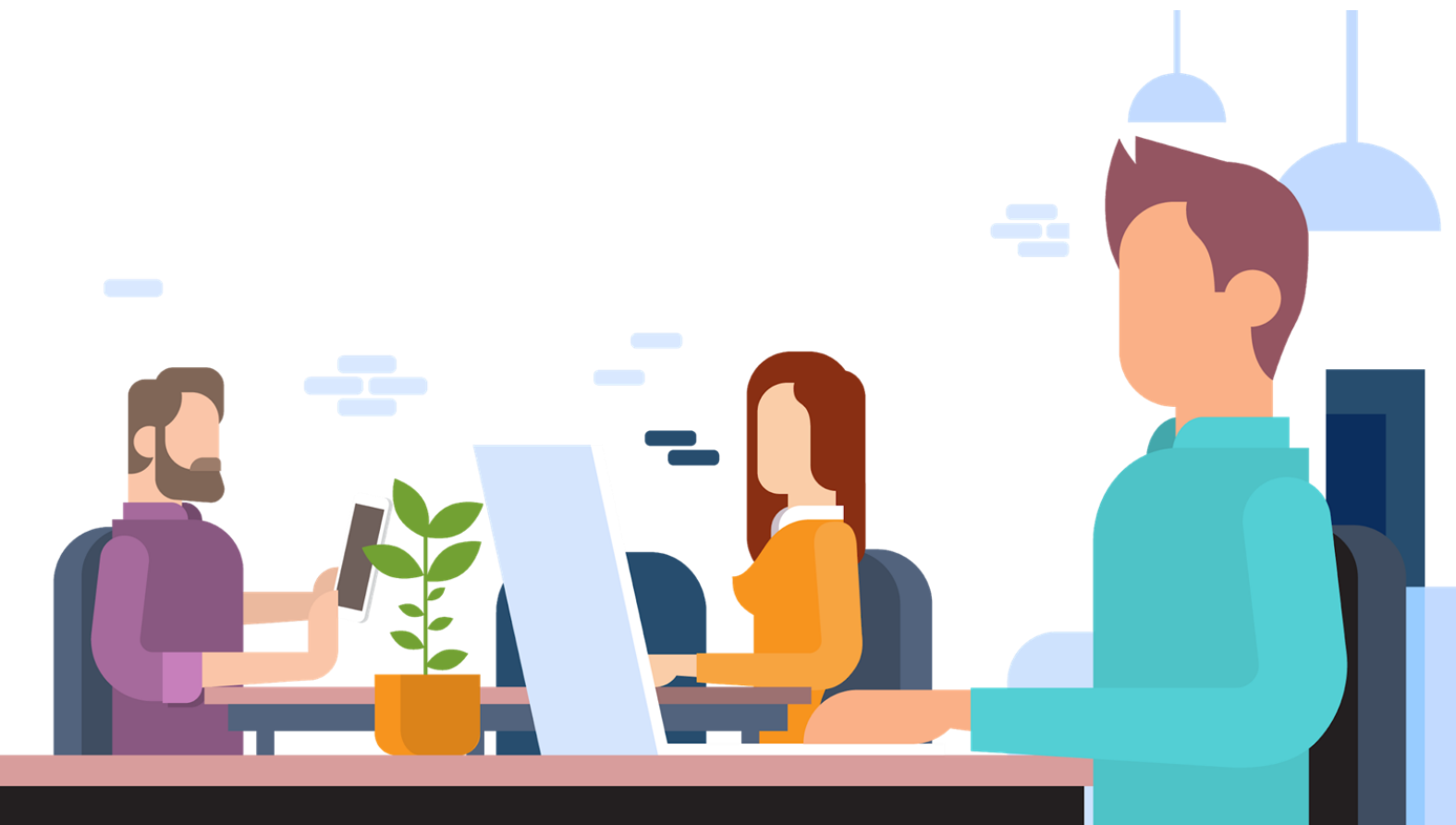
เครดิตเนื้อหา: IDEO, TCDC



Ask

(interview)

- การสัมภาษณ์ Interview
- การสัมภาษณ์ตามบริบท Contextual Interview



Try

(empathetical journey)

- **การทดลองใช้บริการ**
Service Safari

เครดิตเนื้อหา: IDEO, TCDC

บทบาทหน้าที่/คำถามสัมภาษณ์

ผู้สัมภาษณ์



ผู้สังเกตการณ์+ผู้บันทึกข้อมูล



ผู้ถูกสัมภาษณ์



คำถาม

Post-it
จดคำตอบ



Design Thinking Process

Define

การนำข้อมูลที่เก็บได้เหล่านั้นเพื่อมา**วิเคราะห์และ ตีความหาโจทย์**ที่น่าสนใจ โดยการระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน และเป็นปัญหาที่แท้จริงเพื่อนำมาใช้ในการคิดแก้ปัญหาต่อไป

Tip

- ระมัดระวังการตัดสินใจตามมุมมองของตนเอง
- ระมัดระวังการคิดแบบแคบ (Narrow Down) แทนที่จะคิดให้รอบด้าน
- อย่าเพ่งมองถึงแนวทางแก้ไขปัญหาเพราะอาจทำให้เกิดความสับสน

Tool

- Mindmap® Canvas
- Concept Map Canvas
- Why – Why Analysis
- Customer Journey / Experience
- Root-Cause Analysis
- HMW (How Might We) Technique





Empathy Map Canvas ...

เทคนิคการระดมสมอง

เพื่อให้เข้าใจ และเข้าใจ **ลูกค้า** อย่างลึกซึ้ง

ผ่านการตอบคำถามบน **Empathy Mapping**

เพื่อใช้เป็นตัวช่วยในการออกแบบที่ตรงใจลูกค้า

คิดและรู้สึก

ได้ยิน
อะไร

เห็น
อะไร



คำพูดและการกระทำ

จุดที่เป็นปัญหา

ความต้องการ

ประโยชน์ที่ต้องการ



Adapted by V. Luangboriboon
Adapted From : www.businessdesigntools.com

Think & Feel

Hear

See



Say & Do

Pain Point

Need

Gain Creator



Adapted by V. Luangboriboon
Adapted From : www.businessdesigntools.com

Think & Feel

“ลูกค้าคิดและรู้สึก ... อย่างไร?”

“อะไรที่คุณให้ความสำคัญจริงๆ?
อะไรที่คุณกังวล? คิดอะไรอยู่ เขียนความในใจลงไป

“ลูกค้า ... ได้ยินอะไร?”

Hear

“ใครที่มีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของ
ลูกค้า?” พุดง่ายๆ คือ มักฟังเสียง
ใครมากกว่าการตัดสินใจด้วยตนเอง
ได้รับอิทธิพลจากใคร



“ลูกค้า ... เห็นอะไร?”

See

ลองสังเกตและเข้าใจสิ่งรอบตัว
ของลูกค้าในชีวิตประจำวันว่าพวก
เขา เห็นอะไรบ้าง สภาพแวดล้อม
สิ่งที่ตลาดเสนอขาย

**“ลูกค้าพูดอะไรกับคนอื่นบ้าง
และมีพฤติกรรมอย่างไร?”**

ลูกค้าพูดจาอย่างไร และทำตัวแบบไหน จินตนาการถึงสิ่งที่จะแสดงออกสู่สาธารณะชน

Say & Do

Pain Point

“ลูกค้ามีปัญหาที่เจ็บปวดอะไรบ้าง?”

“อะไรที่ทำให้กลัว จุนเจียวหงุดหงิด?
และอะไรทำให้กลุ้มใจ?”

Need

“สิ่งที่คาดหวังจะได้รับ?”

“เป้าหมายของคืออะไร ต้องการอะไรบ้าง?
อะไรที่ทำให้มีความสุข และพอใจในแต่ละวัน?
อะไรคือสิ่งที่ต้องการจริงๆ”

Gain Creator



Adapted by V. Luangboriboon
Adapted From : www.businessdesigntools.com



line@ : @EasyInnovation
FB : EasyInnovation

Simple Statement

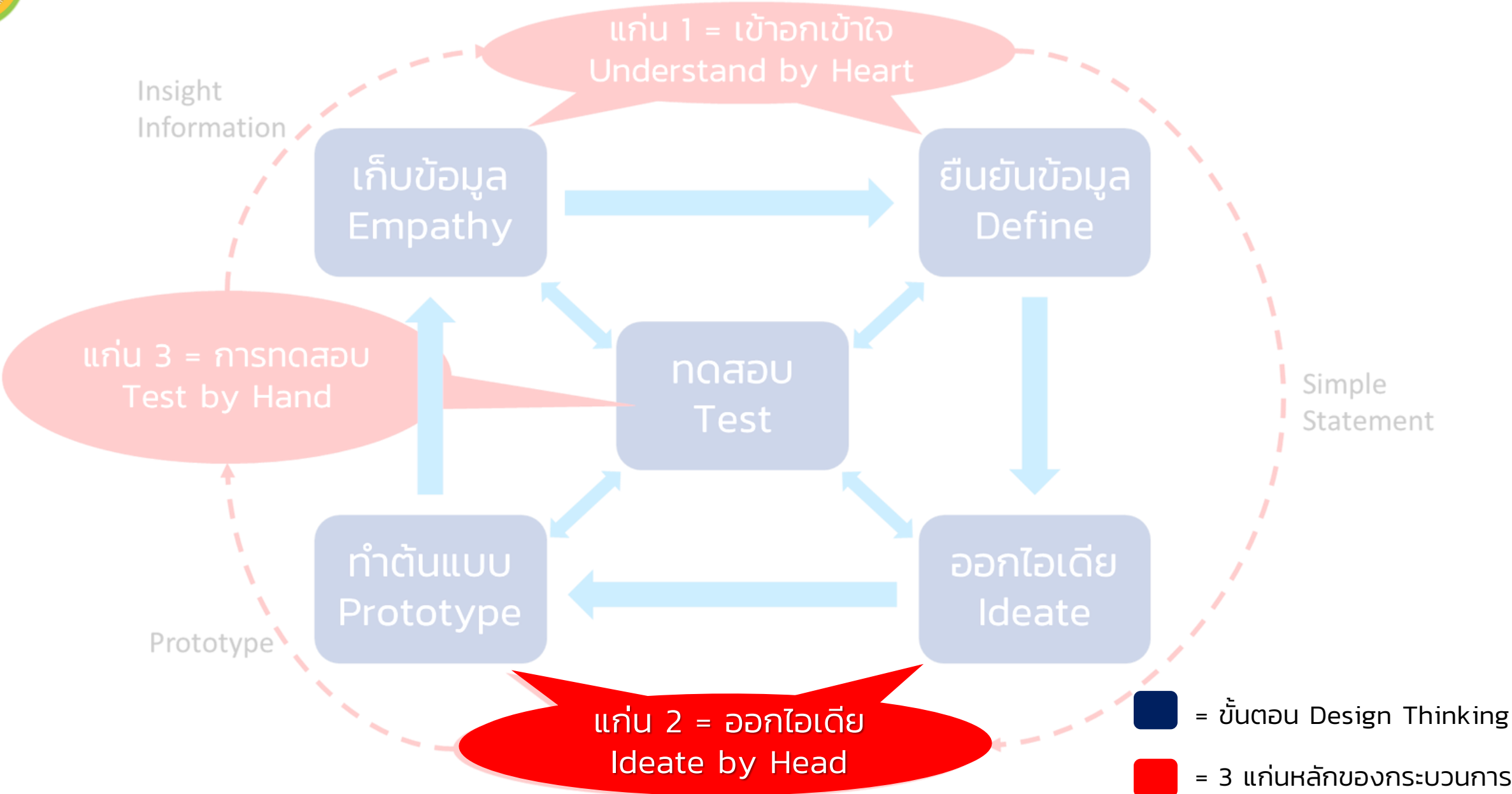
เราจะออกแบบอะไร.....

ให้กับPersona + Problem / Gain.....

ให้สามารถValue Added.....



Speed **Design Thinking** with 3 Core Concept





Design Thinking Process

Ideate

การสร้างไอเดีย หรือการต่อยอดไอเดียจากหลากหลายมุมมอง เพื่อสร้างสรรค์ไอเดียนวัตกรรมที่แปลกใหม่และ ตอบโจทย์การ แก้ไขปัญหาเพื่อให้ตรงตามความเข้าใจของลูกค้า

Tip

- ห้ามประเมินไอเดียของคนอื่นและตนเอง เพราะมันจะเป็นการบล็อกความคิดสร้างสรรค์
- เน้นปริมาณ ไม่เน้นคุณภาพ เน้นการต่อยอดไอเดียซึ่งกันและกัน
- ขั้นตอนนี้จะใช้วิธีการระดมสมอง ผสมผสานกับเครื่องมือต่างๆ
- เน้นการคิดนอกกรอบให้มากที่สุดก่อนหาวิธีการคัดเลือกสิ่งที่จำเป็น

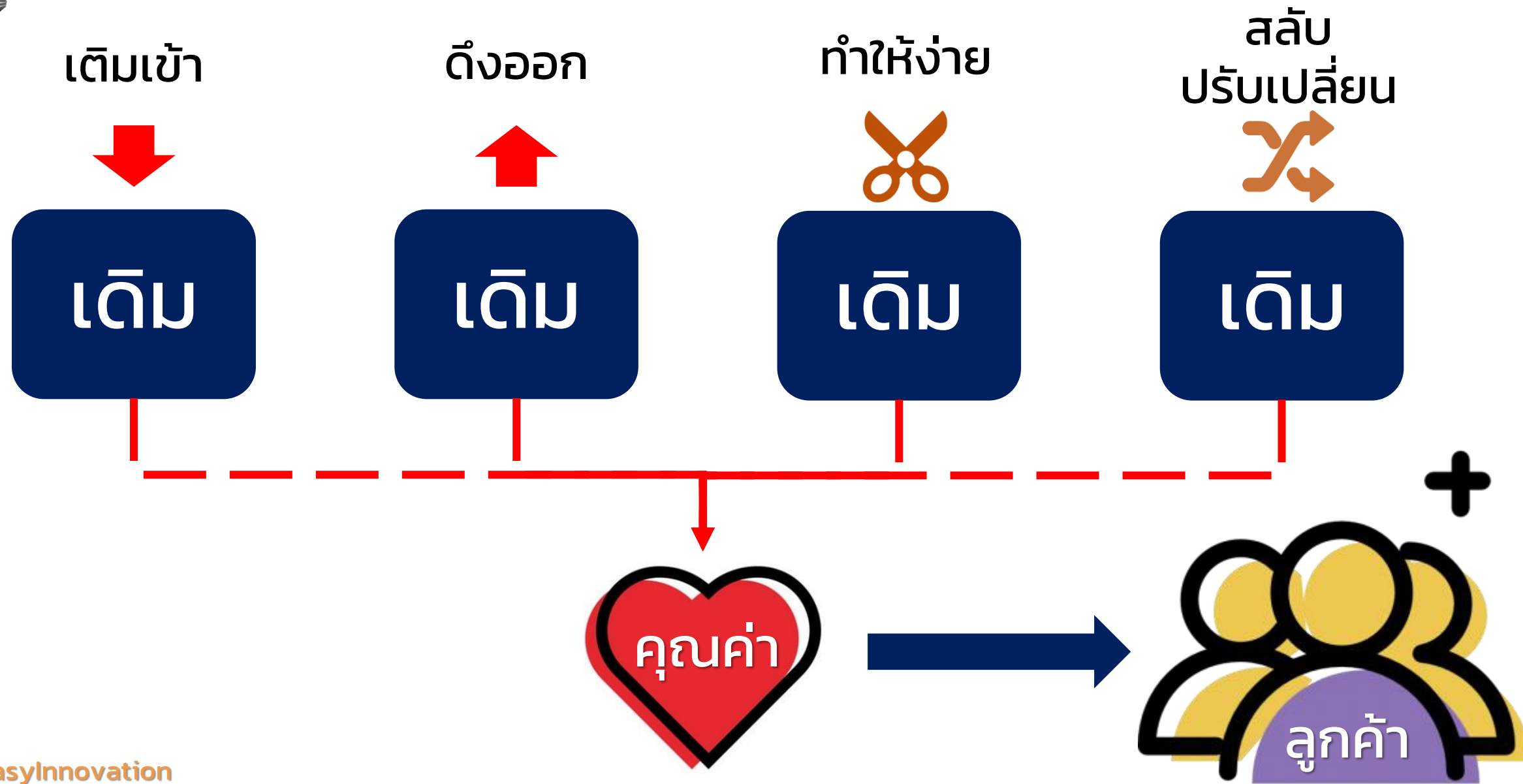
Tool

- Braindrum Technique with Post-It
- Value Proposition Design
- Brainstroming
- Brain Writing Mixed
- COCD BOX
- "Yes and ..." Thinking





4 เทคนิคง่ายๆ ในการกระตุ้น**ไอเดียสร้างสรรค์** เพื่อสร้าง**นวัตกรรม**





Innovation ?



Idea Generation Checklist

ตารางตรวจสอบไอเดีย

Criteria Ideas	New ความใหม่	Value Added มีคุณค่า	Functional ใช้ได้จริง	Revenue สร้างรายได้



Idea Generation Checklist

ตารางตรวจสอบไอเดีย

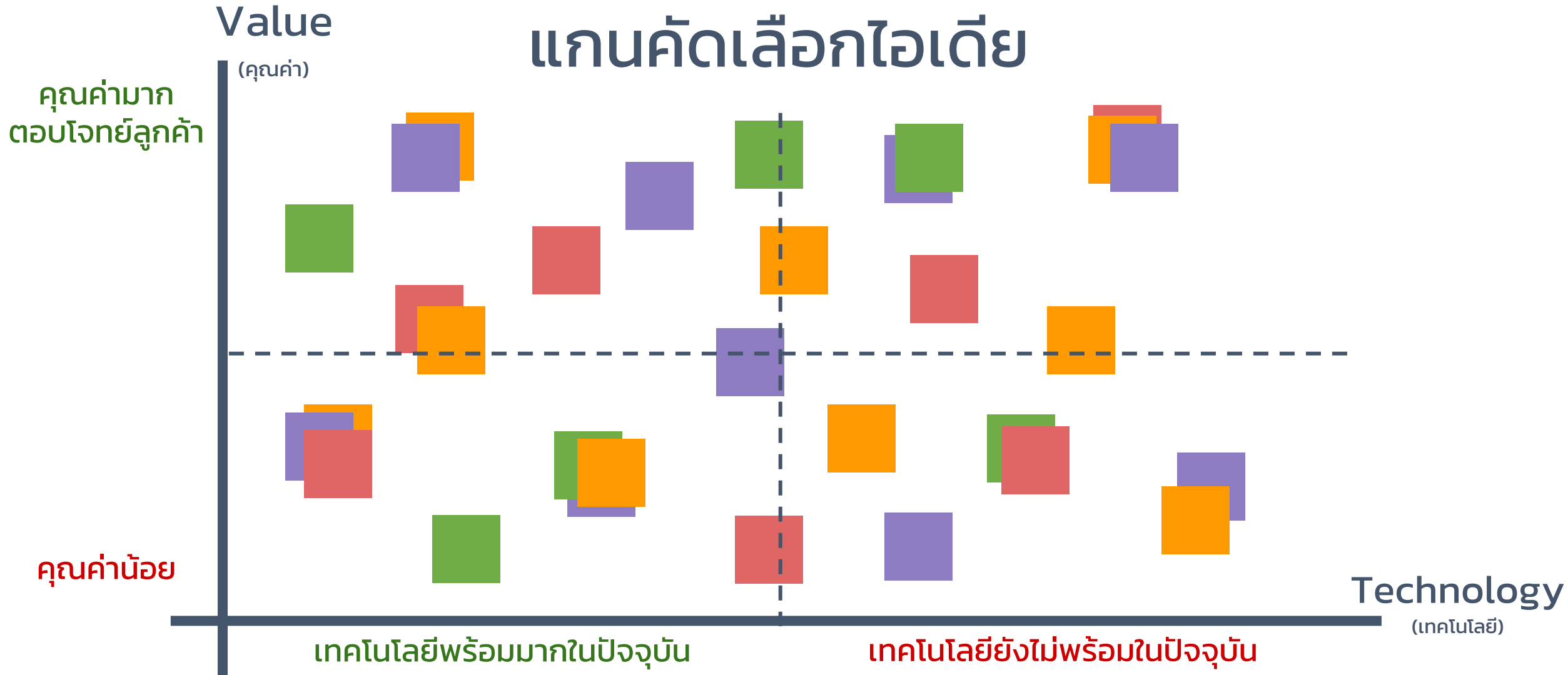
Criteria Ideas	New ความใหม่	Value Added มีคุณค่า	Functional ใช้ได้จริง	Revenue สร้างรายได้
	/	/	/	/
	/		/	
		/	/	/
	/	/		/



Select Idea

XY Axis

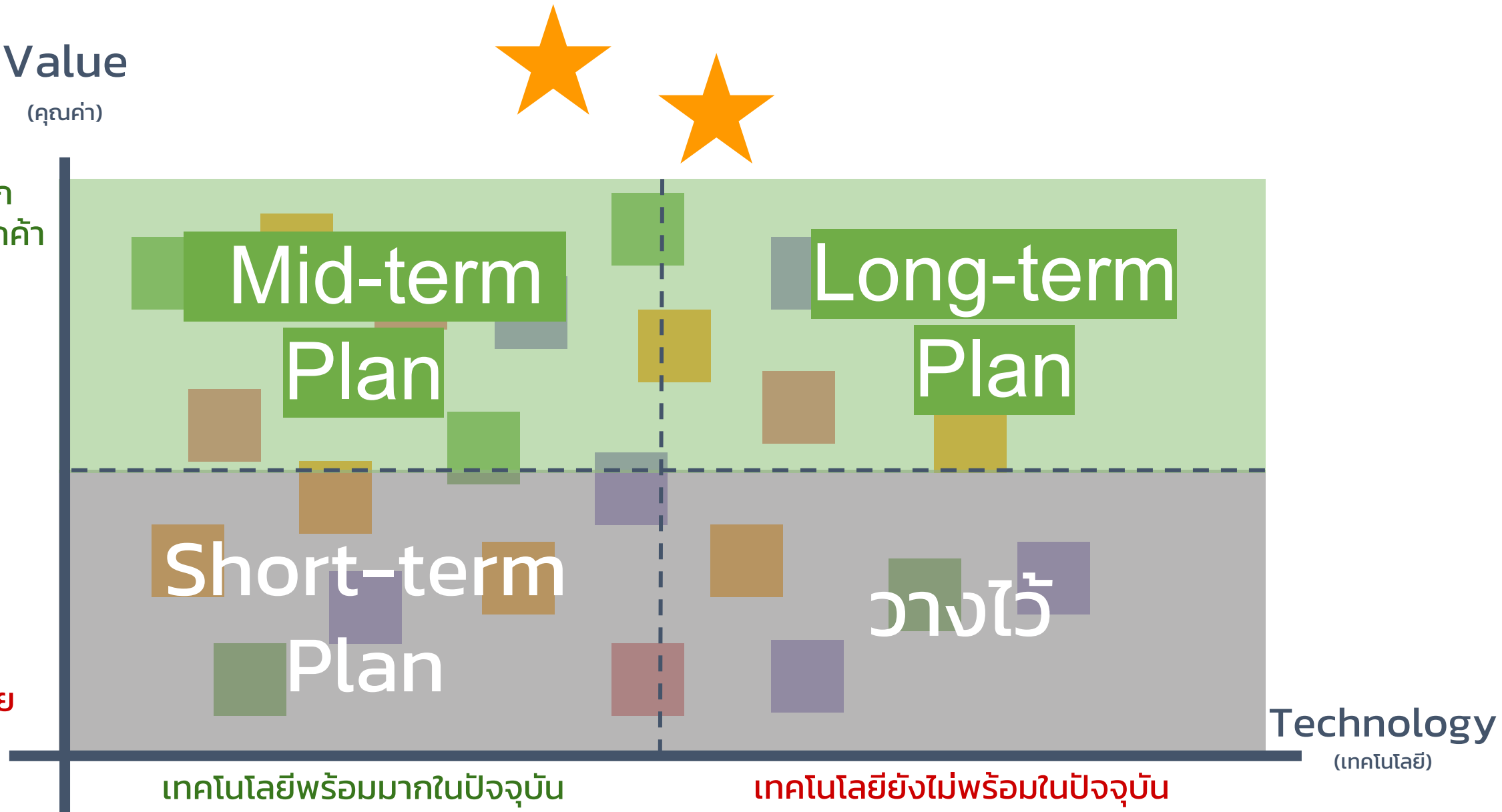
แกนคัดเลือกไอเดีย



Value
(คุณค่า)

คุณค่ามาก
ตอบโจทย์ลูกค้า

ค่านำน้อย





Design Thinking Process

Prototype

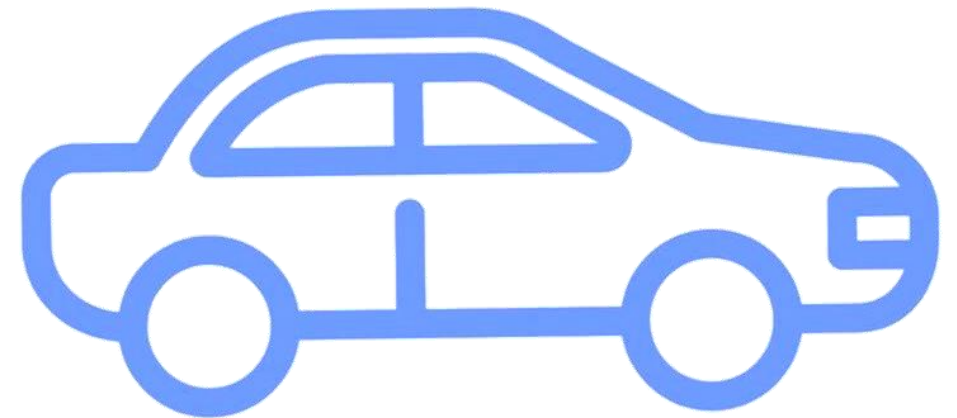
การเอาไอเดียที่คัดเลือกไว้แล้วมา**สร้างต้นแบบนวัตกรรม**ที่จะใช้ในการแก้ปัญหา ขั้นตอนนี้เน้นการทำเป็นเป็น**ต้นแบบอย่างง่าย**ก่อนเพื่อใช้ในการ**ทดสอบแนวคิด**

Tip

- รับลงมือทำ อย่ามัวแต่วางแผน
- ต้นแบบเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิดในหัว ให้ออกมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้เพื่อใช้ในการพิสูจน์ไอเดีย
- Fail Fast, Fail Often, Fail Cheap
- ต้นแบบไม่จำเป็นต้องลงทุนสูง

Tool

- Paper / Rapid Prototype
- Mockups
- Storyboards
- Draft Blueprint

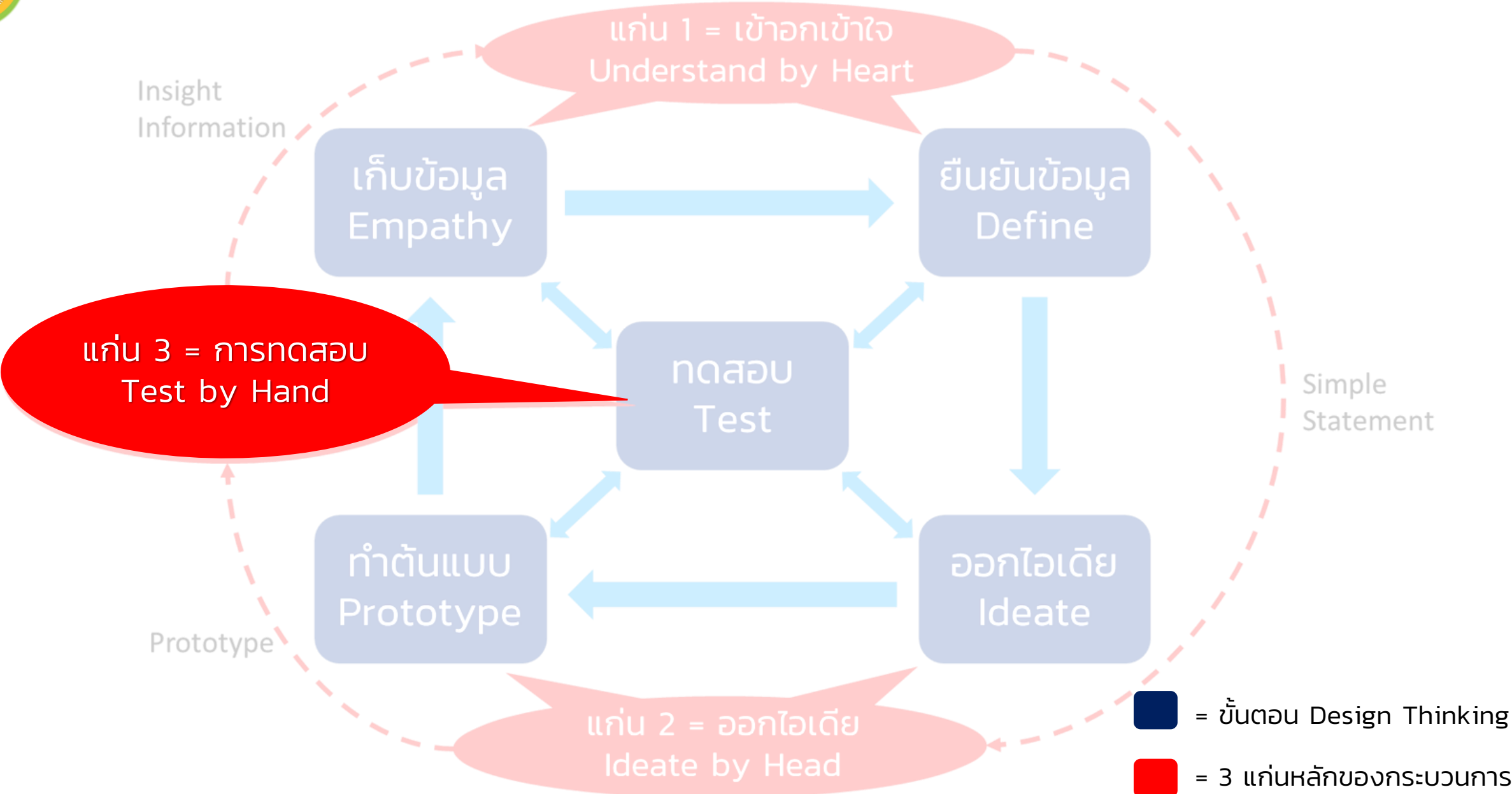


นำเสนอการทำ
Animation ให้กับ Elmo
โดยเวลาคุณกดไปที่ตัว
Elmo ตัว Elmo ก็จะขยับ
ตามมือที่กด





Speed **Design Thinking** with 3 Core Concept





Design Thinking Process

Test

การ**ทดสอบต้นแบบ**ที่ทดลองทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหของ
กลุ่มเป้าหมาย แล้วดำเนินการ**เก็บข้อมูล**ที่ได้มา เรียนรู้ แล้ว**วน**
กลับไปขั้นตอนแรก จนกว่าจะได้นวัตกรรมที่นำไปสู่เชิงพาณิชย์

Tip

- Fail Fast, Fail Often, Fail Cheap
- Stop Talking, Start Doing อย่ามัวแต่คุยวางแผนให้ยืดเยื้อ รีบลงมือทำให้เร็ว
- เปิดใจรับฟังลูกค้าเชิงลึกเพื่อนำเข้ากระบวนการพัฒนาอีกขั้น

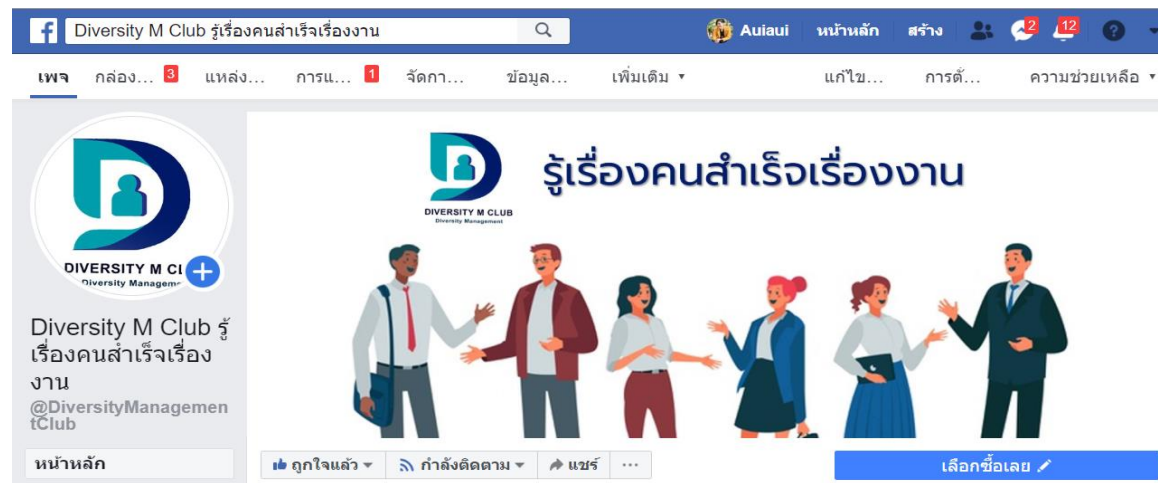
Tool

- Project Model Canvas(PMC)
- Innovation Canvas
- Scenario
- Role Play
- Storytelling
- I Like ... I Wish





ค้นหาแรงบันดาลใจเพื่อการพัฒนาต่อเนื่อง



DESIGN THINKING

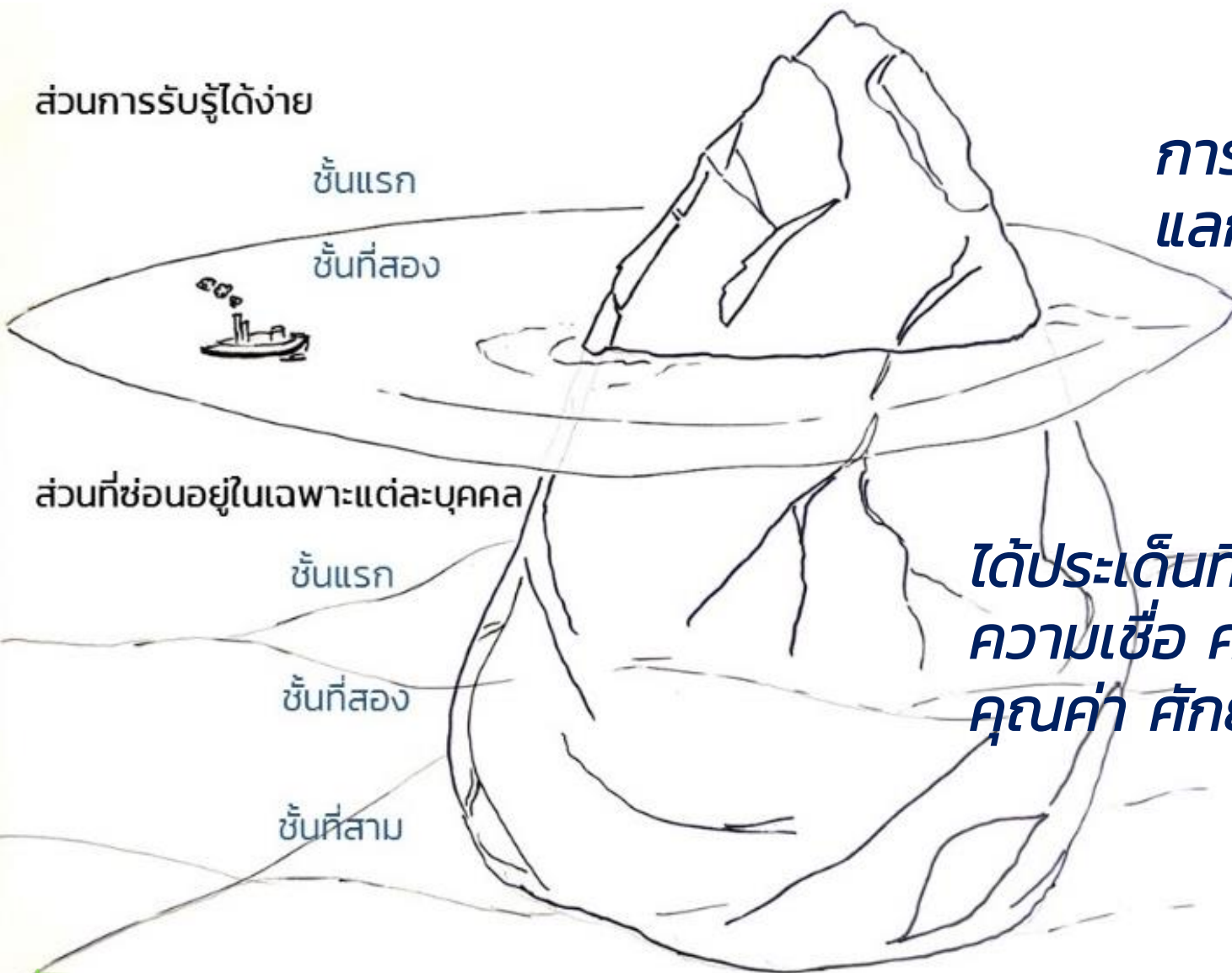
กับ “ปัญหาสังคม”



des!gn think!ng*

- 1) **ฟังให้ลึก:** การรับฟังลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และตั้งใจฟังเสียงตอบรับจากลูกค้าอย่างใส่ใจ ทำความเข้าใจลูกค้า ในทุกแง่มุมจนได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีประโยชน์ต่อการตีความ ที่สามารถปรับโฉมหรือสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ได้อย่างตรงจุด
- 2) **ตีให้แตก:** คำนึงถึงข้อเท็จจริงเหนือความเห็น และต้องระมัดระวังไม่เร่งนำข้อคิดเห็นต่างๆ มารวบรวมและใช้พัฒนานวัตกรรมรวดเร็วเกินไปจนทำให้องค์การเดินไปผิดทาง นอกจากนี้ยังควรคำนึงถึงการนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์จริงมากกว่าการทำตัวเป็นน้ำเต็มแก้ว จมปลักอยู่กับความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์เดิมๆ จากภายในองค์กร ที่อาจไม่ตรงกับความเป็นจริงอีกต่อไป
- 3) **กล้าลงมือ:** หลักสำคัญที่สุด คือการลงมือทำ โดยมีคติที่ว่า “พลาดก่อน สำเร็จก่อน” ไปเรื่อกต์ใดๆ ก็ไม่อาจสำเร็จได้ด้วยการวางแผนและการทำงานแบบเดิมๆ ฉะนั้นจึงต้องปรับ Mindset ให้เปิดกว้างไม่ยึดติดอยู่กับความสำเร็จในอดีต และไม่หวั่นเกรงต่อความล้มเหลว แต่เตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และการปรับตัว ตลอดจนถึงพร้อมเริ่มใหม่อย่างรวดเร็ว โดยไม่ยึดเยื้อสั่นเป่ลื่องงงบประมาณ

The Iceberg การสื่อสารและรับฟัง



การสื่อสารทางเดียว
แลกเปลี่ยนข่าวสารแต่ยังขัดแย้ง

ได้ประเด็นที่มีประโยชน์เหมือนค้นพบสิ่งใหม่
ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติ ความพร้อม
คุณค่า ศักยภาพ ตัวตนที่ซ่อนอยู่





ทักษะการถามเพื่อเขา . . . ไม่ใช่เรา . . .



ถามเชื่อมต่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์

ถามสืบค้นเพื่อความเข้าใจ

ถามตั้งแถามมองหาปัจจุบัน

ถามเพื่อหาหนทางไปต่อ

คำถามเพื่อพลิกเปลี่ยนสถานการณ์



ช่วยคิดช่วยค้นแต่ละคนอย่างไร ???





ช่วยคิดช่วยค้นแต่ละคนอย่างไร ???



เจ้ากรรม
ไว้วางใจ
QUEST
วิทย์
น้องสร้าง
ตามคำ
แนะนำ!





พัฒนา (ACTION)

- ทักษะสำคัญในเวทีผู้นำ
- การสื่อสาร การเตรียมพร้อม การใช้ชีวิต (กิจกรรมพัฒนาคณ พัฒนากัม)
- มรรค 8 – แนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดความรู้แจ้งด้วยปัญญา



เข้าใจ (AWAKE & AWARE)

- สมอง 3 ส่วนกับการรับรู้ 4 ประเภท
- พื้นฐาน และที่มาของ 4 กิเลส 12 ประเภท
- บั้ว 4 เหล่า กับวิธีการดำรงชีวิต
- จริต 6 กับพื้นฐานความแตกต่างของคน

เข้าถึง (ALIGNMENT)

- การพัฒนาปัญญา 3 ฐาน (กาย – ใจ – คติ)
- สมดุลแห่งการเรียนรู้มนุษย์ และการส่งมอบคุณค่า
- การตั้งแกน และการแสดงออก
- พรหมวิหาร 4 – หลักธรรมของการอยู่ร่วมกัน

ศิลปะการหลอมรวม

ความต้องการที่เป็นพื้นฐานมนุษย์ , อาหารใจ และการชื่นชมยินดี , โหมตปกป้องหรือ ฟัลเตอร์

2 : 3 : 4 #EasyInnovation

เส้นทางสู่นวัตกรรม



2 แนวคิด

แนวคิดเชิงบวก

แนวคิดสร้างสรรค์



3 ทักษะ

ทักษะการฟัง

ทักษะการพูด / ถาม

ทักษะการลงมือทำ



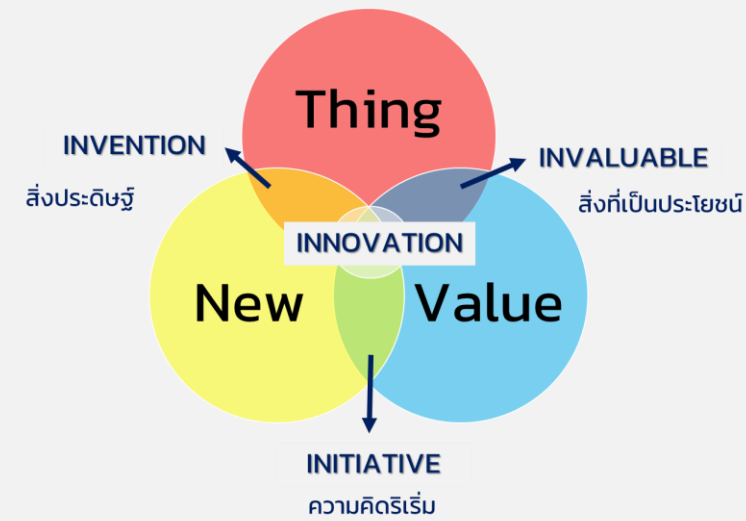
4 วิชา

วิชาธุรกิจ

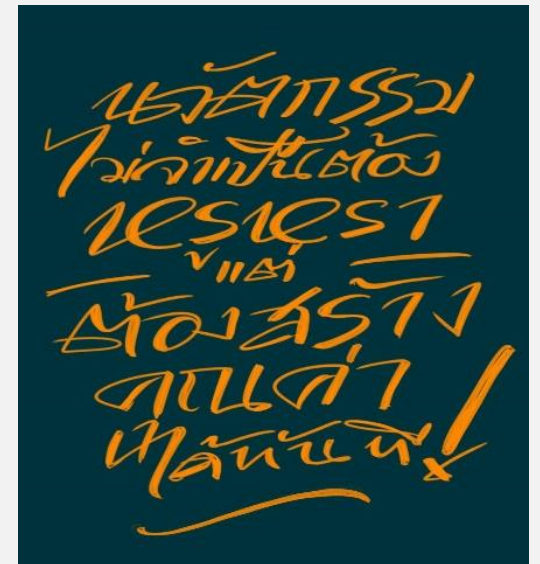
วิชาบริหารจัดการ

วิชาสื่อสาร

วิชาคน



#EasyInnovation



By Dr.AuiAui EasyInnovation



ลูกค้า

เข้าใจผ่านหัวใจลูกค้าด้วยการพูดคุย มีเครื่องมือช่วย เช่น Empathy Canvas, Customer Journey



พนักงาน

เข้าใจผ่านหัวใจพนักงานผ่านการพูดคุยบนพื้นที่ปลอดภัย ตลอดเส้นทางชีวิตใน Employee Experience



ตนเอง

ทำความเข้าใจ My Inner World ด้วยกระบวนการหลากหลายเพื่อตระหนักรู้ และค้นพบ Soul Purpose

การค้นหากทางเลือกที่หลากหลาย ผ่านการสร้างไอเดีย หรือการต่อยอดไอเดียจากหลากหลายมุมมองเพื่อสร้างสรรค์ไอเดียที่แปลกใหม่และตอบโจทย์เพื่อให้ตรงตามความเข้าใจของ "ตนเอง" "พนักงาน" และ "ลูกค้า"

การทดสอบต้นแบบที่ทดลองทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา การตอบโจทย์ทางเลือกใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย "ตนเอง" "พนักงาน" และ "ลูกค้า" เก็บข้อมูลที่ได้มา เรียนรู้ แล้ววนกลับไปขั้นตอนการทำความเข้าใจ จนกว่าจะได้คำตอบที่ตอบโจทย์ที่ต้องการ



Understand
ทำความเข้าใจด้วยใจ

Ideate
การหา Option ใหม่ ๆ

Test
การทดลองลงมือทำ

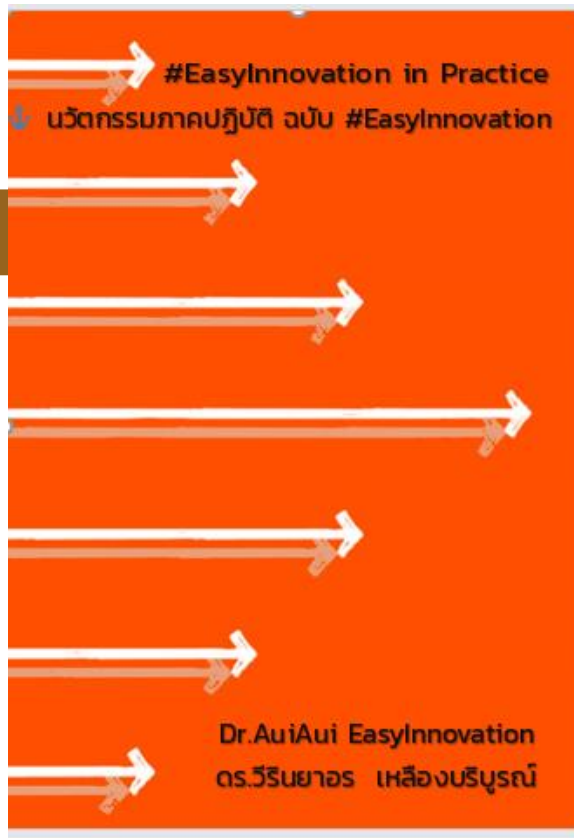


การเรียนรู้บนพื้นฐาน เรียนรู้ - คิด - ทำ ผ่านกระบวนการ Design Thinking

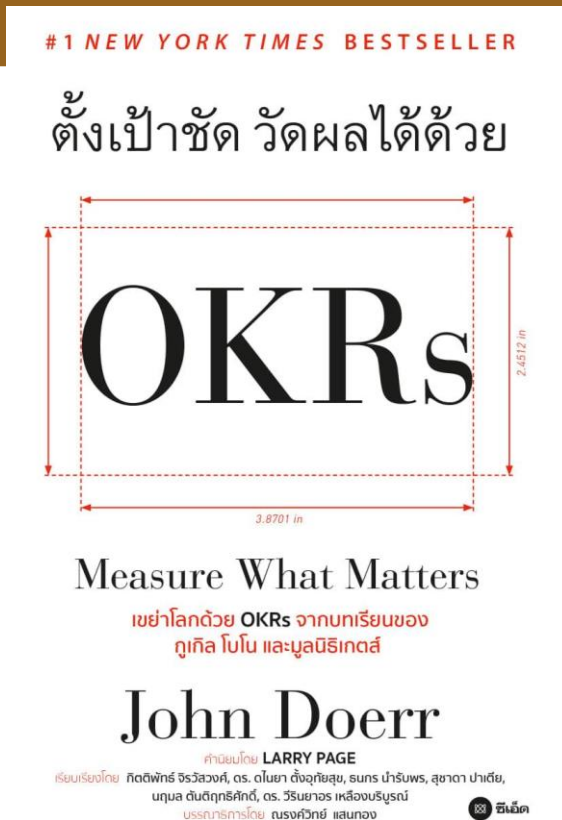




Spark Up Creative Thinking Card
การ์ดกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์



#EasyInnovation in Practice
หนังสือนวัตกรรมภาคปฏิบัติ



ทีมแปลหนังสือ Measure What Matter
ตั้งเป้าชัด วัดผลได้ด้วย OKRs



EASY INNOVATION

[Home](#)[In-House Training](#)[About US](#)[Resources](#)[Contacts](#)[Get a Quote →](#)

EASY INNOVATION TEAM





www.easyinnovationteam.com



Dr.Aui Easyinnovation : นวัตกรรมสร้างได้



Easyinnovation : นวัตกรรมสร้างได้



easyinnovation.aui@gmail.com



Sticker Line >> Nong Inno.Indy



@easyinnovation

