



สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเรียนรู้ เครื่องมือสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม

แผนปฏิบัติการจัดการความรู้ กรมชลประทาน
ประจำปีงบประมาณพ.ศ. ๒๕๖๕

ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์

วันที่ 23-24 มีนาคม 2565





ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์
Dr.Chanakan Sriratanaban

ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล



ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ มีความเชี่ยวชาญในการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) มากกว่า 21 ปี มีประสบการณ์ในการออกแบบสมรรถนะด้านดิจิทัล และการออกแบบหลักสูตรด้านดิจิทัล



ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการเปลี่ยนถ่าย
องค์กรสู่ยุคดิจิทัล

มีความเชี่ยวชาญในการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัล กว่า 21 ปี โดยมีประสบการณ์ในการออกแบบแผนธุรกิจด้านดิจิทัล สมรรถนะด้านดิจิทัล และการออกแบบหลักสูตรด้านดิจิทัล ให้กับองค์กรขนาดใหญ่ เช่น Asset World, CPALL, Thaioil เป็นต้น

คุณสมบัติและประสบการณ์ที่โดดเด่น

- ✓ เป็นผู้ชำนาญการมีความเชี่ยวชาญในการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) กว่า 21 ปี
- ✓ มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบหลักสูตรด้านดิจิทัล และการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัลให้กับองค์กรขนาดใหญ่ เช่น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยออยล์ จำกัด บริษัท บ้านปู จำกัด และ บริษัท ธนาकारกรุงไทย จำกัด เป็นต้น
- ✓ มีประสบการณ์การเป็นบริษัทโครงการในอุตสาหกรรมสื่อและโทรทัศน์ (TV Media & Broadcasting) หลากหลายโครงการ
- ✓ เป็นหัวหน้าโครงการและผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ในการร่างกรอบสมรรถนะด้านดิจิทัลและการวางแผนกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ
- ✓ มีประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรด้านการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation, Digital Mindset and Customer Journey)

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาเอก ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการสื่อสารแบบสื่อประสม University of Surrey
- ปริญญาโท วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมการสื่อสารดาวเทียม University of Surrey
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประวัติการทำงาน

- ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี (Digital Innovation and Technology Management) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- คณะกรรมการ Digital Economy สภาหอการค้าไทย
- ผู้อำนวยการ บริษัท ไทม์ ดิจิทัล จำกัด
- ผู้จัดการฝ่ายขายลูกค้าสำคัญ บริษัท โนเกีย (ประเทศไทย) จำกัด
- ผู้ช่วยผู้อำนวยการ (Fixed-Mobile Solution) บริษัท ซีเมนส์ จำกัด
- ผู้ช่วยวิศวกร บริษัท ดาต้าโปรดักส์ ทอปปิง มัวร์ จำกัด

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

- โครงการพัฒนาบุคลากรในองค์กรยุคดิจิทัล Krungsri Auto
- โครงการจัดกิจกรรมค่ายอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเหล่าผู้นำดิจิทัล (Next Digital Leaders Program) CPALL
- โครงการจัดกิจกรรมค่ายอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของบุคลากรในองค์กร โดยอาศัยกระบวนการ (Customer Centricity) ไทยออยล์
- โครงการสร้างโมเดลธุรกิจนวัตกรรมในยุค Agricultural 4.0 ให้กับคูโบต้า
- โครงการจัดการนวัตกรรมและเปลี่ยนถ่ายสู่ยุคดิจิทัล (Innovation Management and Digital Transformation Program) Asset World
- โครงการพัฒนาแนวคิดการทำงานแบบ Agile แนวคิดการทำงานขององค์กรยุคใหม่ Siam Compressor Industry



Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



Bingo “Digital Transformation”

An ice-breaking activity can help participants get more interactive while warming up to the important keywords from the course.



Instruction:

Step 1: Look for someone who would know about a given keyword and write the person’s name on the box.

Step 2: Try to do the ‘Bingo!’



B I N G O			

Digital Transformation



ผลการจัดอันดับดัชนีรัฐบาลดิจิทัล ปี พ.ศ. 2563

United Nations E-Government Survey 2020

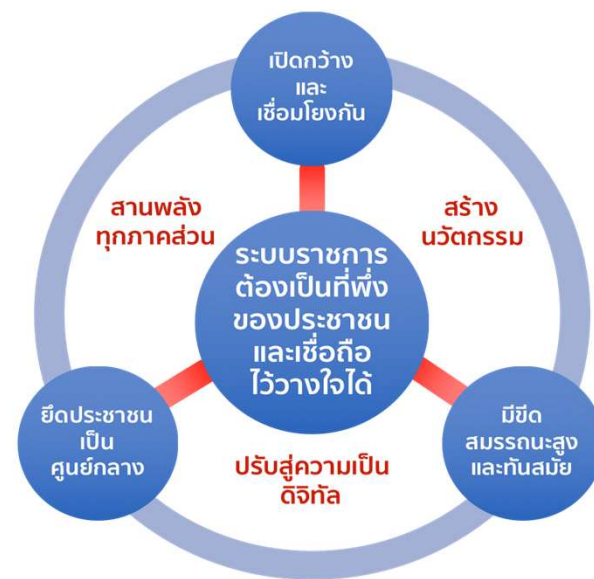
E-Government Development Index (EGDI)



ระบบราชการ 4.0

ยึดหลักธรรมาภิบาลเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน

เพื่อรองรับต่อยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0



ปัจจัยแห่งความสำเร็จของระบบราชการ 4.0



การสานพลังระหว่าง
ภาครัฐและ
ภาคส่วนอื่นๆ
ในสังคม
(Collaboration)



การสร้างนวัตกรรม
(Innovation)

การปรับเข้าสู่
ความเป็นดิจิทัล
(Digitization /
Digitalization)



แนวคิดระบบราชการ 4.0



ภาครัฐที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน ✓

- Strategic thinking
- Public data accessibility
- Public shared service
- Cost competitiveness
- End to end process driven
- Public accountability & transparency



ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ✓

- Responsiveness
- Demand driven
- Public accessibility
- Result oriented
- Service improvement
- Service personalization
- Happy citizen



ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย ✓

- Digitalization
- Innovation
- Workforce capability
- Problem solving
- Agility

ระบบราชการ 4.0



ปัจจัยความสำเร็จ 3 ประการ ✓



Collaboration

การสานพลังระหว่าง ภาครัฐและภาคอื่น ๆ



Innovation

การสร้าง นวัตกรรม



Digitalization

การปรับเข้าสู่ ความเป็นดิจิทัล

We live in a VUCA world

“สภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานของโลกยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวดเร็ว และยากจะคาดการณ์”



Volatility

(ความผันผวน)

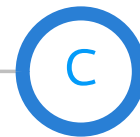
เช่น ความผันผวนของ
ราคาสินค้าโภคภัณฑ์
ค่าเงิน และ Disruptive
Technology



Uncertainty

(ความไม่แน่นอน)

เช่น ยอดขายไม่
เป็นไปตามเป้าหมาย
หรือไม่โตในอัตรา
เดียวกับในอดีต



Complexity

(ความสลับซับซ้อน)

เช่น รสนิยม ความ
ต้องการพฤติกรรม
ผู้บริโภคซับซ้อนมาก
ขึ้น รวมถึงไร้ระเบียบ
แบบแผน



Ambiguity

(ความคลุมเครือ)

เช่น สถานการณ์Covid
จะจบหรือจะแยลง ยัง
คลุมเครืออยู่

VUCA World ... ความท้าทายสำหรับองค์กรยุคใหม่ ใครต้องปรับ

- พนักงาน
 - ปรับทัศนคติและพัฒนาทักษะใหม่เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง
- องค์กร
 - ปรับกลยุทธ์เพื่อต่อสู้กับความท้าทายใหม่และการทำงานรูปแบบใหม่
- ผู้บริหาร
 - มีความเป็นผู้นำที่แท้จริงและพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง



VUCA	Countered by	Leaders' skills and abilities
Volatility ความผันผวน	Vision	Vision seeks to create future, clear intent, clear direction for action
Uncertainty ความไม่แน่นอน	Understanding	Listening and understanding can help leaders to find new ways of thinking and acting, listening to leads to understanding which is the basis for trust
Complexity ความสลับซับซ้อน	Clarity	Help make sense out of the chaos, can make better, more informed business decision
Ambiguity ความคลุมเครือ	Agility	Ability to communicate across the organization and move quickly to apply solutions

Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



การมีวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมอย่างยั่งยืนในองค์กร ส่งผลให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว

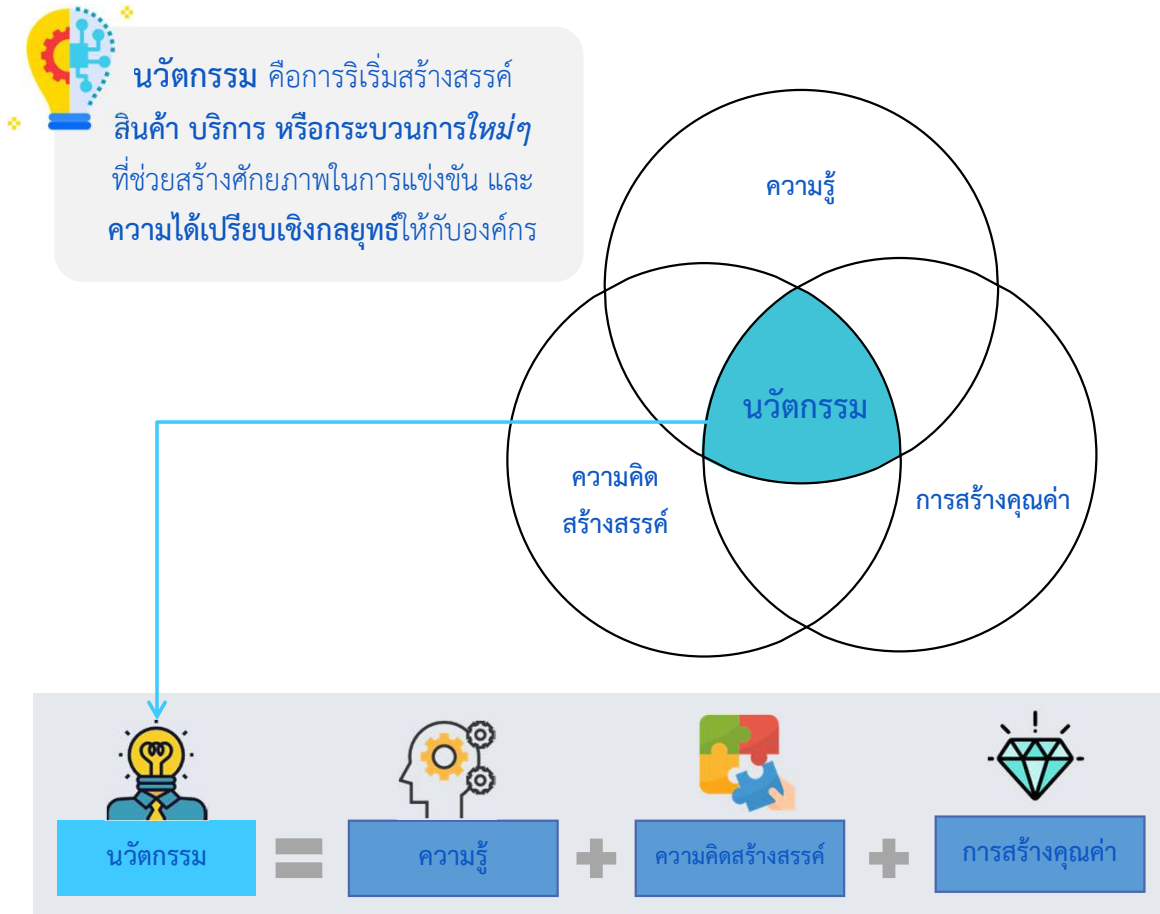


S-Curve ของนวัตกรรม

นวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งหมดจะต้องผ่านขั้นตอนการเติบโตและผลการดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลักๆ และแนวโน้มของการเติบโตเหล่านั้นจะช่วยให้การวางแผนธุรกิจ การตัดสินใจ และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยพัฒนานวัตกรรมใหม่เข้ามาต่อยอดการเติบโตของธุรกิจและองค์กร

องค์กรจะต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิด S-Curve ที่มีความยั่งยืน

นวัตกรรมคือการคิดริเริ่มไอเดียใหม่ๆ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ



• Source: NIA

ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมในรูปแบบผลิตภัณฑ์

สิ่งใหม่ที่เข้ามาแทนที่หรือพัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมในตลาด มีคุณสมบัติหรือสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้ รวมถึงการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้หรือผู้บริโภคได้รับความคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมในรูปแบบบริการ

การเปลี่ยนแปลงการให้บริการและการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในกระบวนการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจในการรับบริการมากยิ่งขึ้น โดยจะส่งผลให้องค์กรมีรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีมากขึ้นได้

นวัตกรรมในรูปแบบกระบวนการ

ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมในรูปแบบโมเดลธุรกิจ

การคิดค้นโมเดลธุรกิจใหม่ๆ เกิดจากเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาดและการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีความคล่องตัว เพื่อให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจขององค์กรอยู่เสมอ





Example of Innovation



ตัวอย่างของนวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่ช่วยเพิ่ม Competitive Advantage ให้กับการดำเนินงานขององค์กร

นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ

สำนักพิมพ์ The New York Times ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบของแหล่งรายได้ จากการขายพื้นที่โฆษณาเป็นหลักในแบบเดิม มาเป็นการสมัครสมาชิก เพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล

The
New York
Times



นวัตกรรมด้านระบบนิเวศผลิตภัณฑ์

แบรนด์ Apple ได้สร้างระบบนิเวศที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งช่วยสร้างคุณค่า และความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากขึ้น



iTunes – แสดงให้เห็นว่าผู้คนยินดีที่จะเสียเงินซื้อไฟล์เพลงดิจิทัล หากราคาส่งเหมาผลมากพอ และมีรูปแบบการใช้งานที่เรียบง่าย



App store – รวบรวมแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ในเครือ Apple เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับอุปกรณ์

ตัวอย่างของนวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งช่วยเพิ่ม Competitive Advantage ให้กับธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

ช่วยส่งมอบคุณสมบัติใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครสามารถมอบให้ลูกค้าได้



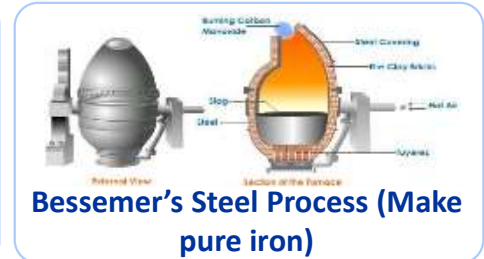
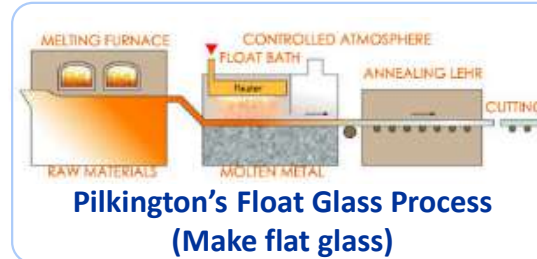
Alexa



Naver's Mars Earbuds คือหูฟังที่ช่วยแปลภาษาได้อย่างรวดเร็วและ Real-Time

กระบวนการใหม่ๆ

สร้างสรรค์กระบวนการและวิธีการทำงานใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครทำได้



จังหวะเวลาและความซับซ้อน ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยสร้างพื้นที่ในตลาด ดึงดูด - รักษากลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มกำไรให้กับนวัตกรรมได้

จังหวะเวลา



ข้อได้เปรียบของผู้ที่เริ่มก่อน (First-mover) - การเป็นคนแรกที่ริเริ่มสิ่งใหม่ จะช่วยสร้างความประทับใจและพื้นที่ในตลาดได้อย่างชัดเจน

ข้อได้เปรียบของผู้ที่ตามได้รวดเร็ว (Fast follower) - บางครั้งการที่เริ่มก่อน อาจหมายถึงการพบเจอกับอุปสรรคมากมาย จึงเป็นเรื่องที่ดีกว่าในการให้คนอื่นพบเจอกับปัญหาไปก่อน เพื่อให้สามารถเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตามมาอย่างรวดเร็วและไร้อุปสรรค

ความซับซ้อน

- การมอบคุณค่าหรือสิ่งที่คนอื่นไม่สามารถทำตามได้โดยง่าย
- จะมีคู่แข่งเพียงหยิบมือเดียวที่สามารถทำตามได้

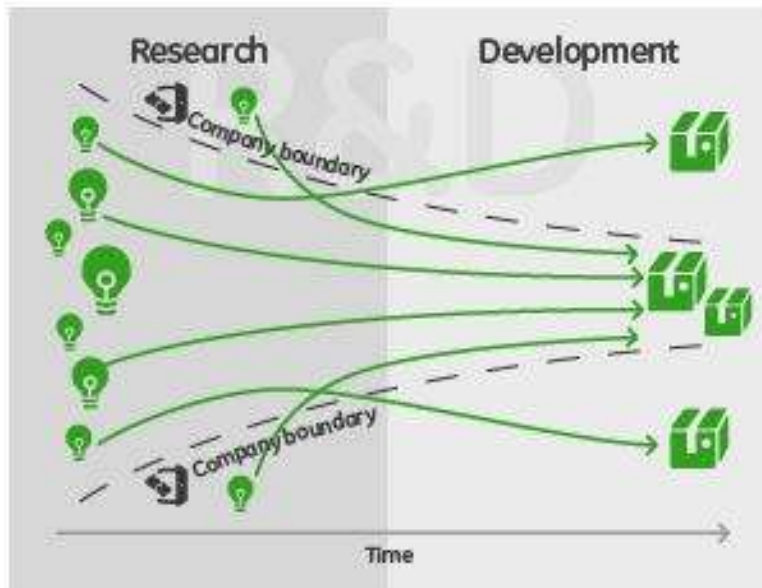


ข้อแตกต่างที่โดดเด่นระหว่างนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) และนวัตกรรมแบบปิด (Closed Innovation) คือที่มาที่ไป และการเกิดขึ้นของนวัตกรรมนั้นๆ



กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบปิด

การสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบปิดจะเชื่อว่านวัตกรรมเกิดจากการสร้างสรรค์และพัฒนาไอเดียจากภายในองค์กรเท่านั้น การแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับนวัตกรรม การพัฒนาและการวางแผนการตลาดล้วนเกิดขึ้นโดยบุคลากรขององค์กร ในขอบเขตขององค์กรเท่านั้น

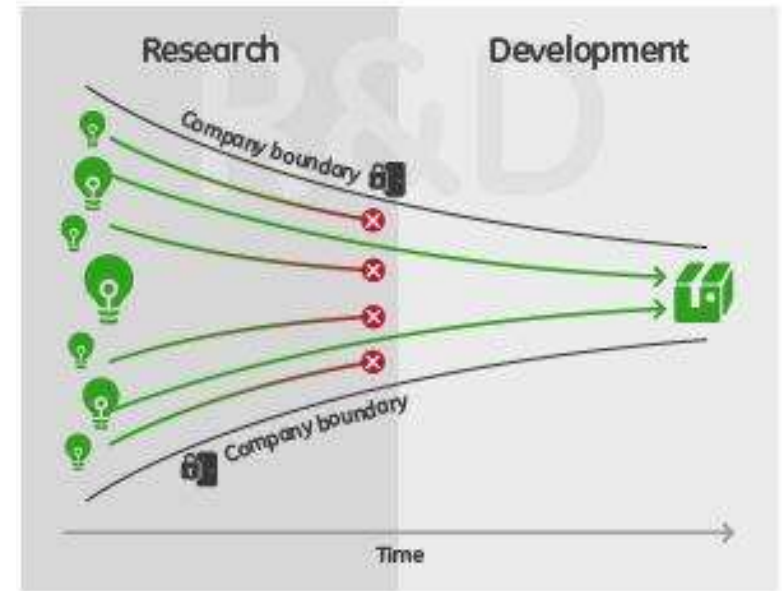


แล้วคุณล่ะ?
ทีมงานและองค์กรของคุณมี
กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมใน
รูปแบบใด?



กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบเปิด

การสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบเปิด หมายถึงการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร กระบวนการแลกเปลี่ยนไอเดียนวัตกรรมมีการเปิดกว้าง เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรมให้กับองค์กร ผ่านการใช้กลยุทธ์เชิงธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



• Source: Charts adapted from QuickMBA.com

ความท้าทายของอุตสาหกรรมโดยเฉพาะในการดำเนินการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านดิจิทัล



นวัตกรรมคือกระบวนการที่ลึกซึ้ง และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นจะคงอยู่และก่อให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวาง และแหล่งโอกาสทางด้านนวัตกรรมนั้น มีที่มาจาก 7 แหล่ง ดังต่อไปนี้

ที่มาจากภายในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจเอง



เหตุการณ์ไม่คาดฝัน

นวัตกรรมอาจเกิดขึ้นจากความบังเอิญ เหตุการณ์ที่ไม่ได้มีการวางแผน หรือความไม่ได้ตั้งใจ



การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรม

รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ การขนส่งและแลกเปลี่ยนใหม่ๆ รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ



กระบวนการที่จำเป็นต้องมี

บางครั้งนวัตกรรมอาจเกิดขึ้นจากข้อขัดข้องของกระบวนการ หรือจุดเสี่ยงของกระบวนการ



ความไม่สอดคล้องกัน

การที่ “สิ่งที่ควรจะเป็น” กับ “สิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน” ไม่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดนวัตกรรมเข้ามาตอบโจทย์เหล่านั้น



ที่มาจากความเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรหรืออุตสาหกรรม



กลุ่มประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นหนึ่งในสาเหตุของการเกิดนวัตกรรม



มุมมองและแนวคิดที่เปลี่ยนแปลง การที่ผู้คนเชื่อและมีความคิดที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิดนวัตกรรม



ความรู้ใหม่

การประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ๆ ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรม โดยมักจะเกิดขึ้นจากพัฒนาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



Source: The Discipline of Innovation, Harvard Business Review

Apple เป็นอันดับหนึ่ง ในการจัดอันดับบริษัทที่มีความเป็นนวัตกรรมมากที่สุดในโลก ประจำปี พ.ศ. 2563 วัดจากการเปิดรับไอเดียนวัตกรรม การสร้างคุณค่าเพิ่ม การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม และพลวัตของคนในอุตสาหกรรมเดียวกัน

20 บริษัทที่มีศักยภาพด้านนวัตกรรมสูงที่สุดในปี 2020

4 ปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรมีความเป็นนวัตกรรม:



การแลกเปลี่ยนไอเดีย
ในระดับโลก



การสร้าง
คุณค่าเพิ่ม



การเปลี่ยนแปลง
อุตสาหกรรม



ความเห็นจากคนใน
อุตสาหกรรมเดียวกัน

อุตสาหกรรมที่มีความเป็นนวัตกรรมสูงที่สุด 4 อุตสาหกรรม:



อุตสาหกรรม
เทคโนโลยี



อุตสาหกรรม
อุปโภคบริโภค



อุตสาหกรรมคมนาคม
และพลังงาน



อุตสาหกรรม
การแพทย์



Source: 50 Most Innovative Companies in 2020

Digital Culture วัฒนธรรมดิจิทัล : กรณีศึกษาการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรเชิงนวัตกรรมผ่าน ผ่านกฎ 5 ข้อของบริษัท Apple Inc. นำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล



กฎในการเสริมสร้างวัฒนธรรม นวัตกรรมของ Apple Inc. 5 ประการ



ให้ความสำคัญกับผู้คนเป็นอันดับแรก

มุ่งเน้นไปที่การทำให้ชีวิตของผู้คนดีขึ้น ด้วยผลิตภัณฑ์
และนวัตกรรมใหม่ๆ (Smart Products)



วางแนวทางให้วัฒนธรรมองค์กรไปในทางเดียว
ต้นกับกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

บริษัทฯ มีวัฒนธรรมองค์กรในด้านนวัตกรรม ที่ถูก
ออกแบบมาโดยผู้ก่อตั้งอย่าง Steve Jobs



จ้างคนฉลาด และเพิ่มศักยภาพให้กับพวกเขา

“มันไม่เข้าท่าเลยที่จะจ้างคนฉลาดๆ แล้วเราต้องคอยสั่งว่าต้องทำ
อะไรบ้าง พวกเราต้องจ้างคนฉลาดๆ เพื่อให้พวกเขามาบอกเราว่าควร
จะทำอะไรดี” -Steve Jobs



จำไว้ว่าลูกค้าคือเพชรล้ำค่า

ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า จีบตาดูว่าพวกเขา
ต้องการอะไร และพูดอะไรเกี่ยวกับสินค้าและบริการ



กล้าที่จะปฏิเสธไอเดียดีๆ

Apple ยอมปฏิเสธไอเดียนวัตกรรมดีๆ โดยมักจะมองจาก
ความเป็นไปได้ของนวัตกรรมในโลกแห่งความเป็นจริง

การศึกษานวัตกรรมในหน่วยงานภาครัฐผ่านกรณีศึกษา The Digital Workplace ของประเทศสิงคโปร์ โดยการออกแบบเครื่องมือใช้งานด้วยระบบดิจิทัล 4 ด้าน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานแบบไร้พรมแดนสำหรับเจ้าหน้าที่

Case Study for Innovation in Government Agency: The Digital Workplace - Singapore



The Digital Workplace - A suite of productivity tools and digital enablers, designed to create a borderless, seamless and collaborative working environment for public officers in Singapore.

01



FormSG

It is a form builder tool, developed by GovTech, to create digital government forms in minutes, replacing the use of paper.

02



Seamless Building Access

Public officers from various agencies can gain seamless access to other government premises.

03



A Smart AI-enabled Meeting Scheduler

This automatically helps officers find common available time slots for meetings.

04



Digital Business Card

It saves officers the trouble of bringing around their paper cards.



สิงคโปร์จัดตั้งทีมนวัตกรรม PS21 Office เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับศตวรรษที่ 21 และผลักดันกระบวนการบริหารงานแบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up Approach) อีกทั้งเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรภาครัฐ



กรณีศึกษาห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐในสิงคโปร์: PS21 หรือ Public Service for the 21st Century



วัตถุประสงค์หลัก

เตรียมความพร้อมสำหรับความท้าทายในศตวรรษที่ 21

ทั้งการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ความผันผวนทางด้านภูมิรัฐศาสตร์และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศ

การผลักดันให้เกิดกระบวนการบริหารงานแบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up Approach)

เปิดโอกาสให้บุคลากรภาครัฐระดับปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นผู้มีโอกาสพบปะกับประชาชนผ่านการให้บริการสาธารณะได้มีบทบาทในการนำเสนอ นวัตกรรมใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น



บทบาทหลัก

พัฒนาคู่มือที่เป็นมาตรฐานของการบริการสาธารณะ พร้อมทั้งสร้างชุมชนออนไลน์ เชื่อมไปยังผู้ให้บริการภาครัฐต่างๆ

พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรภาครัฐ โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะการคิดและวิธีแก้ปัญหา

ฝึกอบรมบุคลากรภาครัฐในด้านการสื่อสารกับผู้รับบริการและเจ้าหน้าที่ด้วยกันเองเพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

ผลผลิตจาก PS21 Office



การตั้งรางวัล Excellence in Continuous Enterprise and Learning (ExCEL)

เพื่อสนับสนุนให้กระทรวงต่างๆ มีการศึกษาเชิงลึก และเกิดการสร้างนวัตกรรมทั้งภายในกระทรวงและระหว่างกระทรวง

จัดพิมพ์นิตยสาร “Challenge” ในทุกๆ 2 เดือน

เพื่อประชาสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละกระทรวง โดยมีการจัดส่งนิตยสารไปยังกระทรวงต่างๆ ออกฉบับออนไลน์ และยังจัดส่งอีเมลก็ถูกจัดส่งไปยัง ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ

การสร้างเครื่องมือ “Staff Suggestion Scheme” (SSS)

กระบวนการที่ส่งเสริมให้ข้าราชการและ บุคลากรภาครัฐแสดงความคิดเห็นในการพัฒนา บริการสาธารณะได้โดยตรง และความคิดเห็นต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาลำดับขั้นที่ความเห็นต่างๆ จะต้องผ่านการพิจารณา



กรณีศึกษาห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐในเดนมาร์ก โดยมีการจัดตั้งและบริหารงานห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐ ที่เรียกว่า MindLab เพื่อสร้างต้นแบบที่มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหา เอื้อให้เกิดนวัตกรรมระดับโลก

MIND LAB

MindLab ถือเป็นหนึ่งในองค์กรที่บุกเบิกการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบโดยยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งเน้นการระดมทรัพยากรขององค์กรที่มีอยู่ไปใช้ในการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างด้วยการผลักดันให้มีการประยุกต์ใช้หลักออกแบบในการตัดสินใจของภาครัฐและการนำนโยบายไปปฏิบัติ



บทบาท

MindLab มีบทบาทสำคัญด้วยจากการเป็นผู้ให้บริการห้องปฏิบัติการนวัตกรรม และช่วยพัฒนาเรื่องการปรับตัวของรัฐบาลยุคใหม่เชื่อมโยงกับการจ้างงาน การศึกษา และการพัฒนาธุรกิจ โดยมีจุดประสงค์ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

- เป็นพื้นที่สร้างนวัตกรรมภาครัฐ (Public Sector Innovation)
- เปลี่ยนแปลงขีดความสามารถ (Change Capacity)
- ความเด่นชัดและความชอบธรรม (Visibility and Legitimacy)

วิธีการและผลผลิต

MindLab ได้ พัฒนาและปรับเปลี่ยนโครงการโดยร่วมมือกับ หน่วยงานภาครัฐโดยให้การออกแบบที่เน้นมนุษย์ เป็นศูนย์กลาง (Human-Centred Design) โดยมีการรวบรวมข้อมูลจาก

- การฟังอย่างลึกซึ้ง
- การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา
- การเรียนรู้จากผู้ให้บริการ
- พนักงานลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรมผู้ให้บริการ

ข้อมูลที่ได้รับ จากวิธีการเหล่านี้นอกจากจะถูกนำมา รวบรวม กลับไปยังกระทรวงต่างๆ มาใช้เพื่อ สร้างต้นแบบที่มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาต่อไป โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ภายในประเทศมาเป็นต้นแบบแห่งการสร้างนวัตกรรมภาครัฐที่เอื้อให้เกิดนวัตกรรมระดับโลก

วิวัฒนาการ

ยุคที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549)

MindLab as Creative



ยุคที่ 2 (พ.ศ. 2550-2552)

MindLab as User-Oriented Innovation Unit

ยุคที่ 3 (พ.ศ. 2553-2554)

MindLab as Catalyst of the International Movement

ยุคที่ 4 (พ.ศ. 2555-2556)

MindLab as Strategic Change Partner



ยุคที่ 5 (พ.ศ. 2557-2558)

MindLab as Developer of Capacity

ยุคที่ 6 (พ.ศ. 2559- ปัจจุบัน)

Enabler of A New Public Sector

Seoul Innovation Bureau ที่จัดตั้งโดยรัฐบาลเกาหลีใต้ มีการให้ความสำคัญกับประชาชนมากขึ้นในการมีส่วนร่วมในการสร้างนโยบายสนับสนุน และยังมีการพัฒนากรุงโซลให้เป็นเมืองแห่งการแบ่งปัน 10 เมืองแรกของโลก



กรณีศึกษาห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐในเกาหลีใต้: Seoul Innovation Bureau

วิสัยทัศน์ที่จะพลิกโฉมกรุงโซลให้กลายเป็นมหานครแห่งการแบ่งปันที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Led Sharing City)

จัดตั้ง

Seoul Innovation Bureau

ประชาชนเปรียบเสมือนตัวเร่งให้เกิดการสร้างนวัตกรรมขั้นเลิศ ไม่ว่าจะเป็นการระบุปัญหา ชี้แจง ประเด็นหรือสร้างแนวทางการแก้ไขปัญหา

ทีมงานมีบทบาทเพียงแค่เป็นผู้รวบรวมและกลั่นกรองจากข้อมูลที่ได้รับจากประชาชนเหล่านี้มาสร้างนโยบายสนับสนุน

สร้างห้องปฏิบัติการนวัตกรรมระดับเมืองแห่งแรกของภูมิภาคเอเชีย
สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ

ผลงานที่เป็นรูปธรรมของ Seoul Innovation Bureau

การสร้างกรุงโซลให้เป็นเมืองแห่งการแบ่งปัน หรือ “The Sharing City”

รัฐบาลสนับสนุนให้ประชาชนแบ่งปันทรัพยากร ด้วยการสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยน แบ่งปันทั้งทางออนไลน์ และออฟไลน์



การสร้างศูนย์เครื่องมือ (Tool Kit Centres) เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนละแวกนั้นสามารถยืมของที่ไม่ได้ใช้เป็นประจำ เช่น กระเป๋าเดินทาง และเครื่องมือต่างๆ



การแชร์บ้านระหว่างผู้สูงอายุที่มีพื้นที่ว่างกับนักเรียนที่ต้องการที่อยู่อาศัย โดยนักเรียนจะช่วยทำงานบ้านหรือให้การช่วยเหลืออื่นๆ เป็นการตอบแทน



โครงการแชร์หนังสือ โดยสร้างห้องสมุดเล็กๆ ในห้องชุดอพาร์ทเมนต์สำหรับการแลกเปลี่ยน กันระหว่างเพื่อนบ้าน

จากกรณีศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า ด้วยกรอบคิดที่ “ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง” และการประยุกต์ใช้ “วิธีคิดเชิงออกแบบในการทำงาน” ทำให้รัฐสามารถสร้างผลผลิตทางนวัตกรรมแบบมีส่วนร่วมทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้



โครงสร้าง และรูปแบบการดำเนินงานของห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐของแต่ละประเทศนั้นมีลักษณะเฉพาะตัว เนื่องจากปัจจัยและแรงผลักดันต่างๆ

เช่น



การเมือง



สังคม



เศรษฐกิจ



อย่างไรก็ตามลักษณะร่วมที่สำคัญของการพัฒนาห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐ คือ “หลักการยึดประชาชน” เป็นศูนย์กลางและการประยุกต์ใช้วิธีคิดเชิงออกแบบในการดำเนินงานตลอดทุกกระบวนการ

การสร้างนวัตกรรมได้กลายเป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติ ของประเทศต่างๆ เพื่อการยกระดับ คุณภาพชีวิตของประชาชน และการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ จึงทำให้ภาครัฐพยายามสรรหาแนวทาง การปฏิรูประบบราชการ กระบวนนำ นโยบายไปปฏิบัติ และการให้บริการสาธารณะ

การจัดตั้งห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ เข้ามาช่วยส่งเสริมศักยภาพให้ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐสามารถวิเคราะห์ปัญหา และสรรหาแนวทางแก้ไขด้วยแนวคิดและกระบวนการใหม่ๆ สำหรับตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



PS21 หรือ Public Service for the 21st Century (ประเทศสิงคโปร์)



MIND LAB องค์กรที่บุกเบิกการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบโดยยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (ประเทศเดนมาร์ก)



ห้องปฏิบัติการนวัตกรรมภาครัฐ Seoul Innovation Bureau (ประเทศเกาหลีใต้)

Opposite Thinking EXERCISE

กิจกรรมแรก การคิดแบบตรงข้าม (Opposite Thinking) เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมนี้สามารถช่วยคุณในการวิเคราะห์และการคิดนอกกรอบเพื่อสร้างความคิดใหม่ๆ



Instruction:

Step 1: In the first column ("Assumptions"), write down on post-its the assumptions you're making about the product/service you are ideating. *Ex: Chair has 4 legs.*

Step 2: In the second column ("Opposite"), write down on post-its the opposite (or modified version) of the assumptions. *Ex: Chair has no leg.*

Step 3: In the third column ("Solution"), write down on post-its new ideas out of the opposite.



Opposite thinking

Assumption	Opposite		Solution		
The chair has 4 legs	The chair has no leg	The chair has no backrest		...	...

Key Takeaways:

to boost your brainstorming session, by solving assumptions and coming up with additional, more creative ideas.



Assumptions

โดยแต่ละกลุ่มจะได้รับโจทย์
ตามหมายเลขของกลุ่มตนเอง
ดังนี้

- 1) เกษตรกรทำการเกษตรโดยอาศัยการสังเกตดินฟ้าอากาศ
- 2) รถยนต์ต้องใช้น้ำมัน
- 3) ผู้ผลิตสินค้า SMEs ต้องหาข้อมูลจากสำนักงานหรือ
หน่วยงานต่าง ๆ ด้วยตนเอง
- 4) ผู้ป่วยต้องเดินทางไปหาหมอด้วยตนเอง
- 5) ผู้พิการต้องเดินทางไปยื่นภาษีด้วยตนเองที่สำนักงาน
- 6) เมื่อประชาชนอยากรู้สิทธิของตัวเองจะต้องหา
ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจำนวนมากและซับซ้อน
- 7) คนต้องไปธนาคารพร้อมสมุดบัญชีเพื่อทำธุรกรรม
- 8) นักเรียนต้องไปโรงเรียน
- 9) เอกสารต้องพิมพ์ส่งอนุมัติตามโต๊ะ
- 10) ประชาชนต้องมาที่หน่วยงานรัฐด้วยตนเองเพื่อทำธุรกรรม

Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 

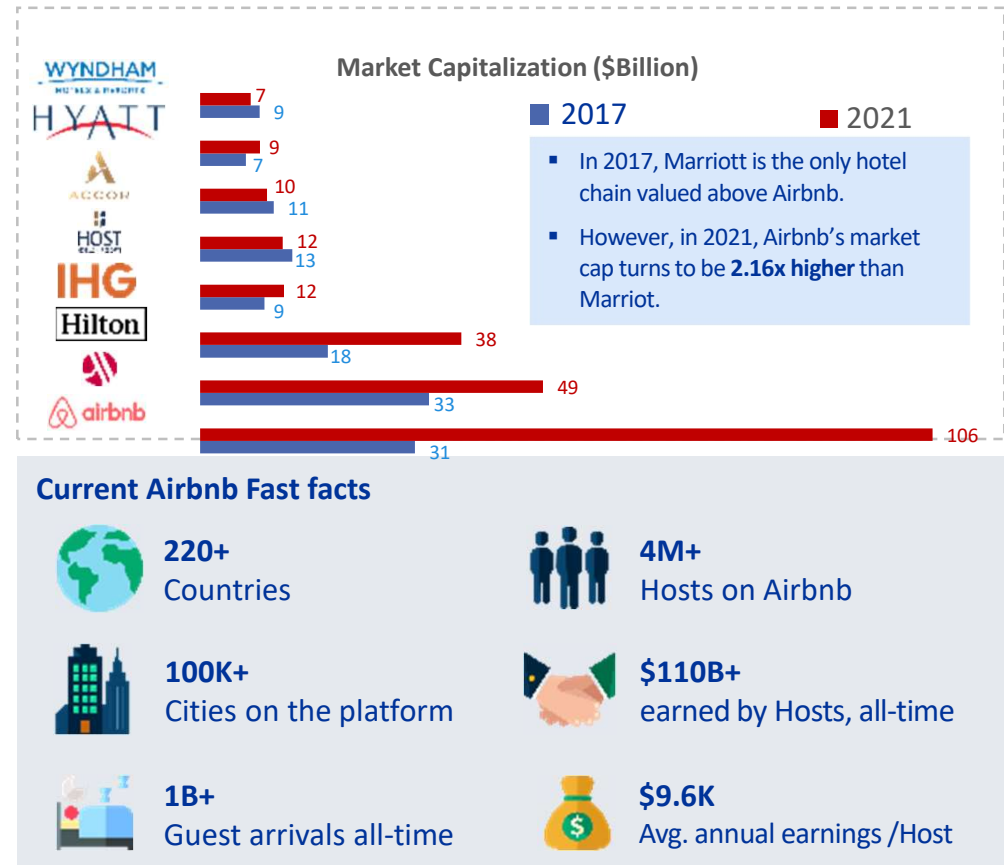
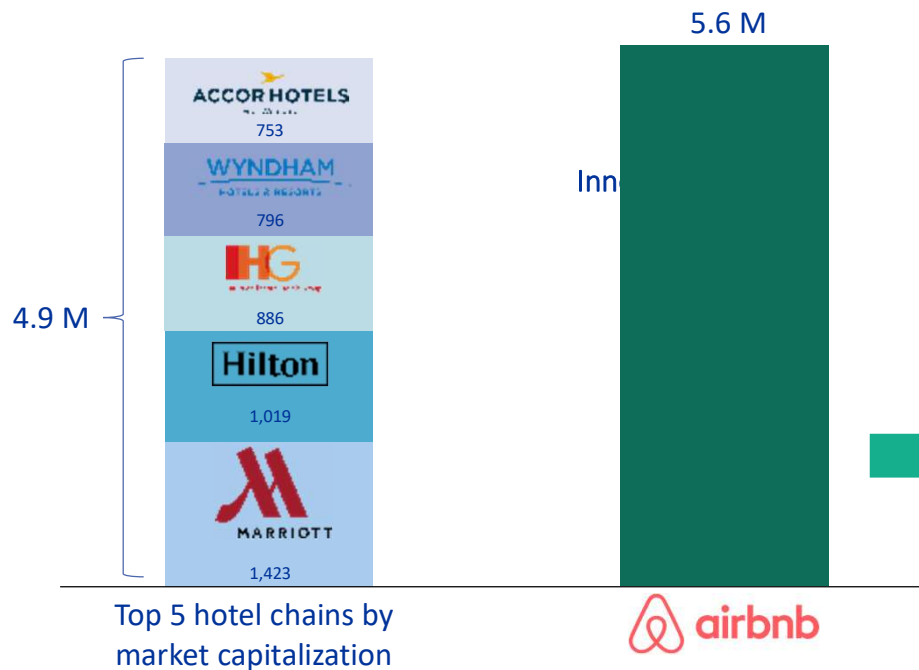


Airbnb has 5.6 million listings in 220 countries across the globe which is more than the top five hotel brands combined and its value is currently more than top hotel brand.

Disruptive Innovation on hospitality business

Top 5 hotel chains vs. Airbnb

By number of rooms or listings (Thousand) in 2020

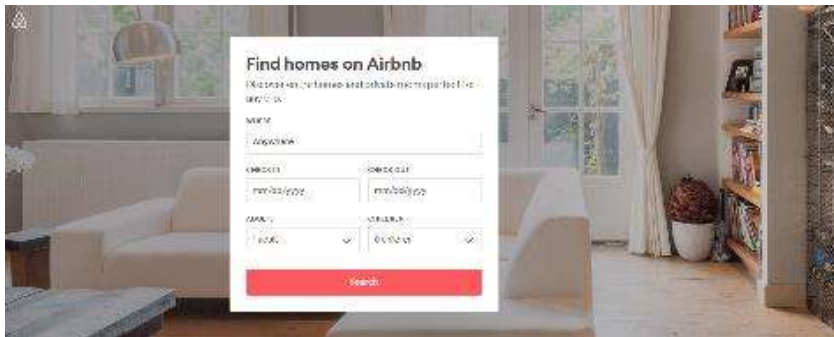


Source: Yahoo Finance (2017); Companies Marketcap (2021)



Airbnb grew in popularity and began to address the needs of higher-value customers that would otherwise stay at a nice hotel. Now it becomes the second largest lodging provider.

Disruptive Innovation on hospitality business



What guests are saying about homes in United States

United States homes were rated 4.8 out of 5 stars with 24,500,000+ reviews



★★★★★
Steve made us very welcome in Austin. Fastlane plans to stay, no hassle everything was easy. Great location close to downtown.

Martin
United States



★★★★★
It is really an amazing place, our family spend a special Chinese new year eve. Murray & Amy kindly provide a good service for us, we enjoy.

Sen
China

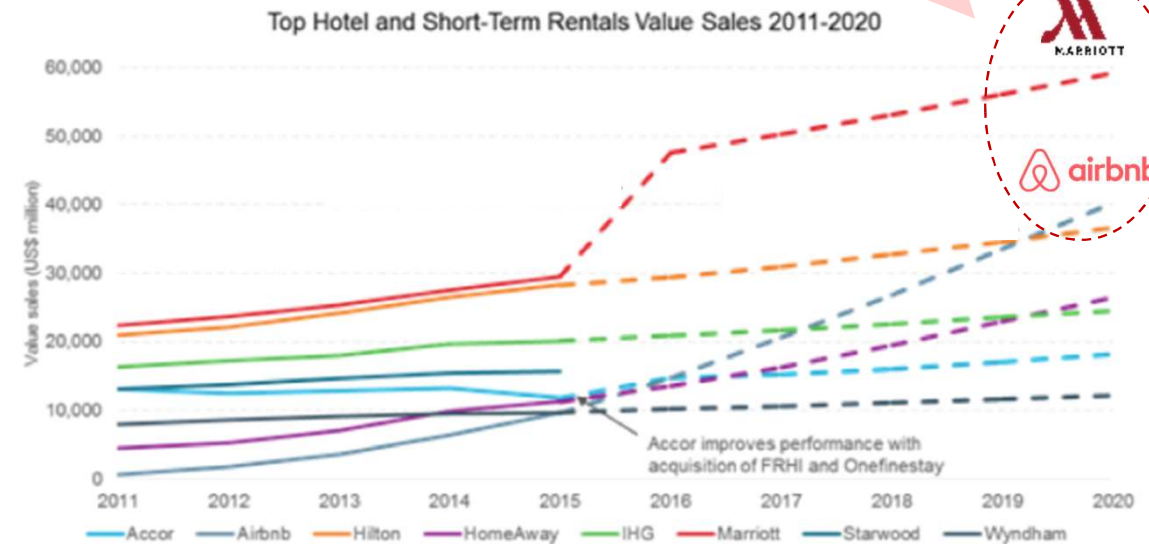


★★★★★
Great place - clean and quiet, and very private. Jennifer was warm and welcoming. The location was perfect, an easy walk to the...

Karen
United States



Airbnb is become second largest lodging provider



Netflix มีโมเดลธุรกิจที่โดดเด่น โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหา มีทั้งรายการ/ภาพยนตร์ชื่อดังและ Original Content พร้อมกับการสร้างประสบการณ์การใช้งานแบบ Personalization ให้กับผู้ชมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

NETFLIX

บริษัทให้เช่า DVD เล็ก ๆ สามารถพัฒนาสู่ผู้นำตลาดโลกด้านเครือข่ายโทรทัศน์กว่า 190 ประเทศได้อย่างไร?

ทำไมต้อง Netflix?



ค่าเฉลี่ยของ
ราคาหนึ่งใน
ประเทศไทย
200-500 บาท



279 บ./เดือน
(Basic Plan)



190+
ประเทศ



2 ชั่วโมง/วัน

Viewing Time



20+

ภาษา



1,178 original

content ใน 2019



Founded



Start Online
Streaming
Model

Then offer for
Blockbuster at
1,500M Baht
in 2000



2011

A NETFLIX
ORIGINAL

1st

Original
Content

Top streaming service providers vs. Netflix

By number of paid subscribers in 2020

peacock

2 M

HBO MAX

67.5 M

Disney+

103.6 M

prime video

175 M

NETFLIX

209 M

Innovation



US \$475.47
Share price
(12 Aug 2020)

US \$209.69b
Market Cap

US \$20.16b
FY2019 Revenue

US \$1.867b
FY2019 Net Profit

Source: <https://screenrant.com/>



ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วขึ้นเรื่อยๆ โดยคาดการณ์ว่า 4 ใน 10 บริษัทักษ์ใหญ่ทั่วโลกจะถูกแทนที่ด้วย Digital Disruption ภายในระยะเวลา 5 ปี



2015	วันนี้
 น้อยกว่า 1% เชื่อว่า Digital Disruption จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมต่างๆ	มากกว่า 30% คิดเห็นเช่นนั้น
 15% บอกว่าอุตสาหกรรมของพวกเขาได้รับผลกระทบแล้ว	49% บอกว่าอุตสาหกรรมของพวกเขาได้รับผลกระทบแล้ว
 45% บอกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล ไม่ใช่เรื่องที่จะต้องพูดคุยในระดับบอร์ดบริหาร	แค่ 17% คิดว่าความเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลไม่ใช่เรื่องที่บอร์ดบริหารต้องสนใจ

ธุรกิจในปัจจุบันได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล อาทิเช่น บริการตรวจสอบสุขภาพผ่านช่องทางดิจิทัล การเรียนรู้ผ่าน AR/VR การใช้ปัญญาประดิษฐ์และ Chatbots การใช้เทคโนโลยีBlockchain รวมไปถึง Self-Driving Cars



Healthcare

Digital
therapeutics

50% ของผู้ป่วยจะมีการ
ดีขึ้นในระยะยาว



Education

Blending of real &
virtual worlds

83% กล่าวว่า VR
จะช่วยพัฒนาการศึกษา



Retail

AI for chat bots
& forecasting

4/5 ของบริษัททั้งหมดจะ
นำ chat bot
มาใช้อีก 2 ปี



Financial Services

Blockchain

ภายในปี 2020 20%ของ
การแลกเปลี่ยนจะใช้
blockchain



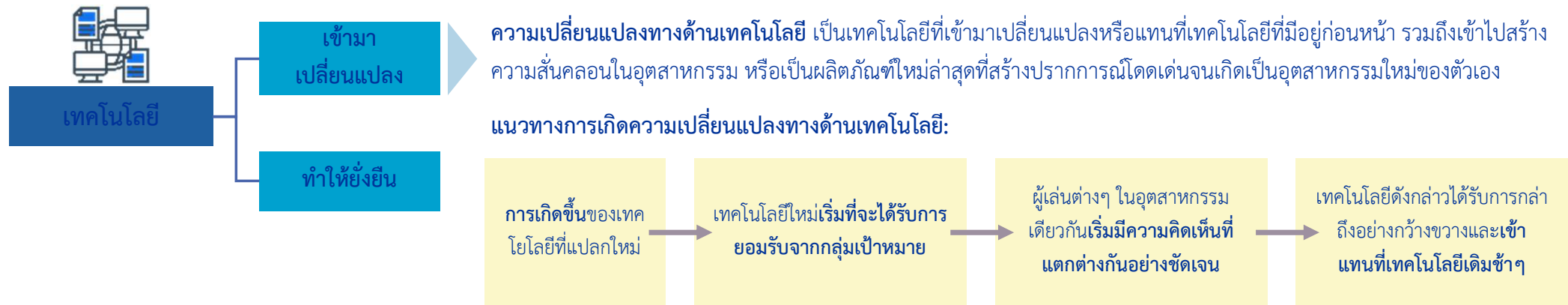
Transport

Any car, anytime,
anywhere

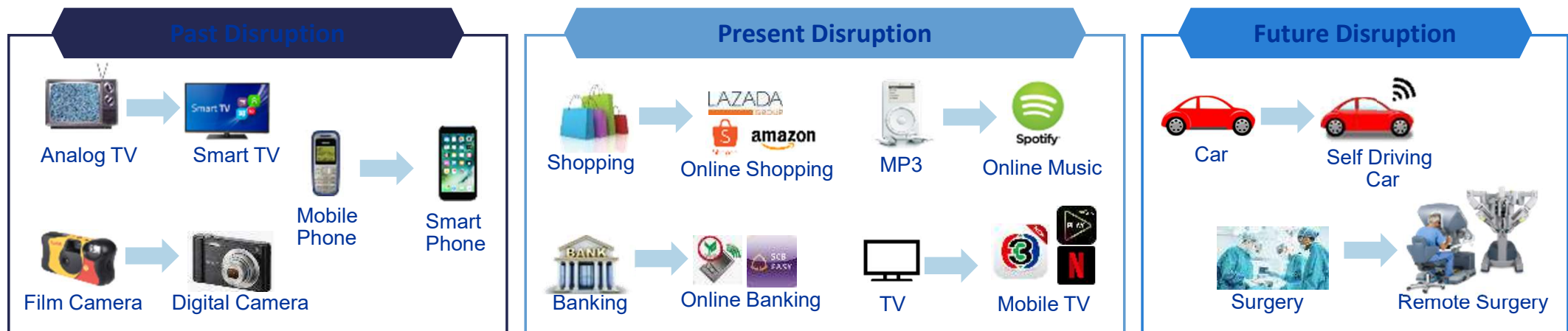
95% ของรถยนต์รุ่นใหม่จะ
ถูกขับเคลื่อนด้วยโหมด
self-driving

Source: Cisco

ในปี พ.ศ. 2563 เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงหรือแทนที่แนวทางการทำธุรกิจแบบเดิมๆ ไปอย่างสิ้นเชิง และจะเข้ามาปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตในชีวิตประจำวันของทุกคน



ตัวอย่างของเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลง:



เทคโนโลยีเทรนด์ 10 อันดับแรกในปี 2565 ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในด้านธุรกิจและเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ท่ามกลางวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก

01

การปฏิวัติวงการการแพทย์และเภสัชกรรม ที่ก้าวหน้าขึ้นจากการทดสอบ Covid-19 และการพัฒนาวัคซีน



02

การพบปะทางไกลผ่านการออนไลน์จะเป็นเทรนด์ที่อยู่กับเรา



03

การขนส่งแบบสัมผัสกันน้อยที่สุดจะเป็นบรรทัดฐานใหม่



04

การแพทย์ทางไกลที่มีความแม่นยำเหมาะสม



05

ระบบการศึกษาที่ได้บทเรียนจากการเว้นระยะหรือการอยู่ห่างไกลกัน



06

การพัฒนาในระดับใหญ่ของโครงสร้างพื้นฐาน 5G



07

การพัฒนา AI, robotics, Internet of things and industrial automation



08

การตื่นตัวและเต็มไปด้วย virtual และ augmented reality



09

การเพิ่มขึ้นของพาหนะเดินทางขนาดเล็ก (micro mobility)



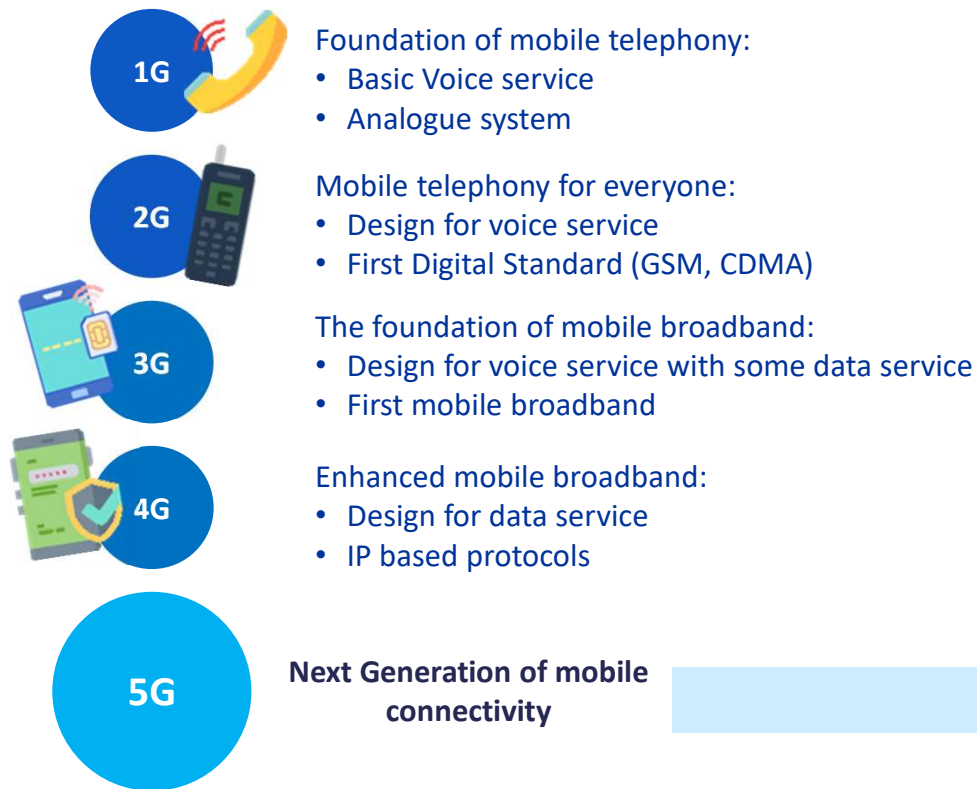
10

เกิดนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยตนเอง (Self-driving innovation)





เทคโนโลยี 5G เป็นอนาคตของวงการโทรศัพท์เคลื่อนที่ความเร็วสูง โดยจะเป็นสัญญาณที่สามารถส่งข้อมูลได้รวดเร็วขึ้นถึง 20 เท่า ตอบสนองการเชื่อมต่อได้อย่างไร้รอยต่อ และสามารถรองรับอุปกรณ์และการใช้สัญญาณจำนวนมากขึ้น



SK Telecom ของประเทศเกาหลีใต้ สร้างแผนที่แบบ Real-time ด้วยเทคโนโลยี 5G เพื่อพัฒนาระบบการขับรถแบบไร้คนขับ (Self-Driving Technology) โดยมีแผนที่จะติดตั้งระบบลงบนรถโดยสารสาธารณะทั่วประเทศ



South Korea's **SK Telecom** has signed an agreement with **Incheon Free Economic Zone (IFEZ) Authority** to build **5G-based self-driving infrastructure**.

Goal: to create **HD map** covering the entire IFEZ area starting with Songdo International City. An HD map is a **machine-readable map** with centimeter-level accuracy, **offering essential information for self-driving**, including lanes, road conditions, speed limits and road slopes.



SK Telecom will build the map on **'Dynamic Data Platform'**, a **5G-based real-time update tools** which will automatically updates HD maps with road observation data from Advanced Driver Assistance Systems (ADAS) over 5G network.



SK Telecom plans to install **ADAS and 5G communication modules** to public transport vehicles and official/government cars in the IFEZ area to detect all changes in the road environment.



การศึกษานวัตกรรมในหน่วยงานของรัฐผ่านกรณีศึกษา APEX ของประเทศสิงคโปร์ จากความต้องการในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน สู่แพลตฟอร์ม APEX พร้อมระบบที่ปลอดภัยและใช้งานง่าย

Case Study for Innovation in Government Agency: APEX - Singapore



APEX เป็นแพลตฟอร์มของรัฐบาลแบบรวมศูนย์ทั้งหมด
ปล่อยออกมาในปี 2017 โดย the Government Technology Agency
of Singapore (GovTech)

Why people need APEX:



Old methods of
data acquisition
and transfer



A need for data can be
shared smoothly
between public agencies.

What APEX can do



อนุญาตให้ใช้ข้อมูลร่วมกัน
ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ
(และเอกชน)



แบ่งปันข้อมูลอย่างปลอดภัยโดยใช้
นโยบายการตรวจสอบสิทธิ์



จัดให้มีระบบที่ใช้งานง่าย
สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐทุกคน



Result:

It removes the security challenges.

นับตั้งแต่เปิดตัว APEX ได้ผู้ใช้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ด้วยกับการมี 9 โครงการ
ที่เข้าร่วมโครงจาก 5 เอเจนซี



One example of the pilot projects: myInfo

การแบ่งปันข้อมูลพลเมืองพื้นฐานที่ โฮสต์ บนฐานข้อมูลของหน่วยงานกับ
ธนาคาร เพื่อให้สะดวกในการตั้งค่าบัญชีธนาคาร

Key Success Factors:



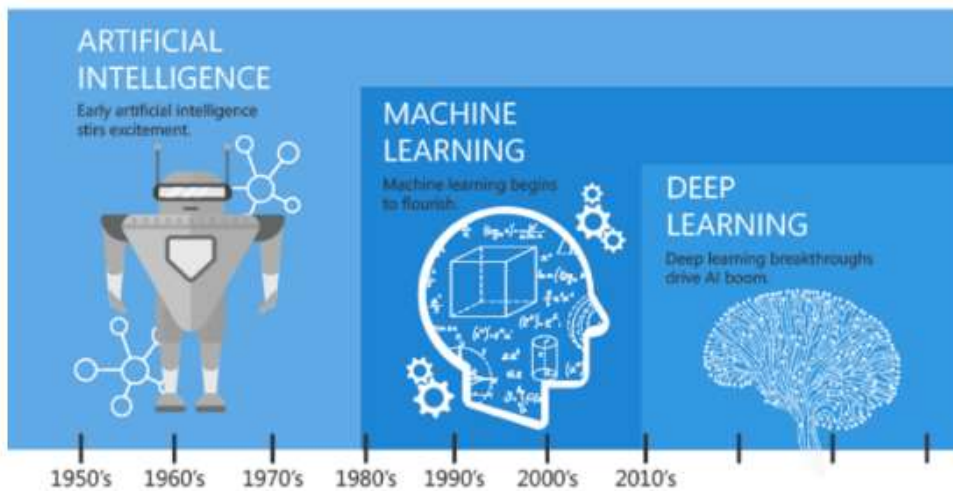
ทีมวิศวกรภายในแวดล้อมการทำงานด้วยแนวคิดการพัฒนา
ที่คล่องตัว (agile development)



คณะทำงานมักพูดคุยกับ **users** เพื่อความเข้าใจที่ดีขึ้นทั้ง
ความต้องการและ **respond promptly** กลับไปยัง **user
feedback**



AI หรือปัญญาประดิษฐ์จะเป็นเทรนด์เทคโนโลยีดิจิทัลที่โดดเด่น มีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือมากกว่าการทำงาน การคิดคำนวณ และการตัดสินใจของมนุษย์ โดยจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการระบุเสียง-ใบหน้า การวางแผนและแก้ปัญหา



What is AI?

Artificial intelligence (AI) เป็นสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ที่เน้นการสร้างเครื่องจักรอัจฉริยะที่ทำงานและตอบสนองเหมือนมนุษย์ คอมพิวเตอร์บางกิจกรรมที่มีปัญญาประดิษฐ์ได้รับการออกแบบมาเพื่อรวมถึง:



Speech recognition



Planning



Learning



Problem solving

Example of AI applications



Siri
Apple



Alexa
Amazon



Security Robot
Knightscope



Drone Delivery
Amazon



Auto Drive
Google



Sophia Robot

บริษัท SenseTime ผู้นำด้านปัญญาประดิษฐ์จากประเทศจีน ร่วมพัฒนากล้องและซอฟต์แวร์การจดจำใบหน้า เพื่อใช้ตรวจสอบอุณหภูมิและควบคุมการใส่หน้ากากอนามัยของประชาชนในพื้นที่สาธารณะ ในช่วงโรคระบาด โควิด-19

ประเทศจีนใช้ระบบการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบการจดจำใบหน้า (Facial Recognition) เพื่อติดตามใบหน้าของผู้ที่สวมหน้ากากอนามัยในช่วงโควิด-19



SenseTime บริษัทสตาร์ทอัพด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่โด่งดังระดับโลก ได้พัฒนาซอฟต์แวร์จดจำใบหน้าที่มีความแม่นยำสูง



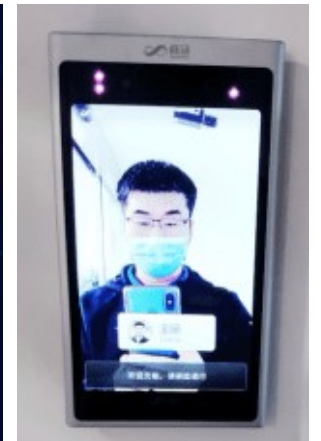
กล้องตรวจจับความร้อน ช่วยระบุผู้ที่ร่างกายมีอุณหภูมิสูงได้



ตรวจจับผู้ที่ไม่สวมใส่หน้ากากอนามัยในพื้นที่สาธารณะ



สามารถระบุลักษณะใบหน้าของผู้ที่สวมใส่หน้ากาก เช่น ดวงตา คิ้ว ส่วนของสันจมูก เพื่ออนุญาตให้สามารถเข้าอาคารได้



“สามารถระบุตัวตนของบุคลากรได้ใน 0.3 วินาทีด้วยความแม่นยำ 99% ถึงแม้ว่าพวกเขาจะใส่หน้ากากอนามัย แว่นตา หรือแต่งหน้า...”

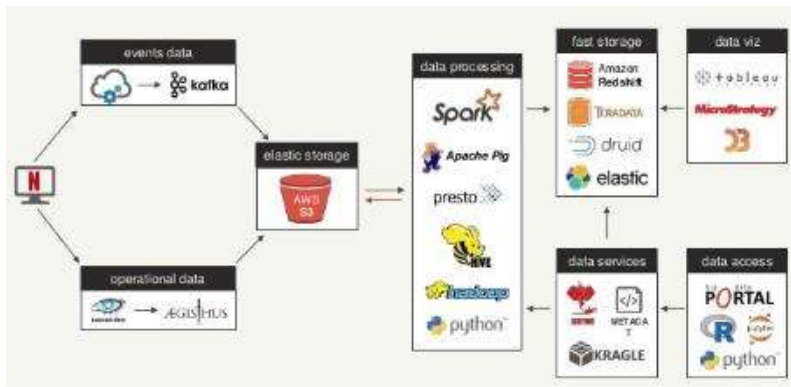
Source: China's facial-recognition giant says it can crack masked faces during the coronavirus, Quartz (2020)

กรณีศึกษาการใช้และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของบริษัท Netflix เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่ผู้ชมต้องการมากที่สุด นำไปสู่การประสบความสำเร็จด้านการเข้าถึงผู้บริโภค และการ Personalization ของ Customer Journey

แพลตฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ของ NETFLIX

Netflix ใช้โปรแกรมประมวลผลข้อมูลและเครื่องมือจัดเก็บข้อมูล เช่น Hadoop และ Teradata รวมถึงซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ซ (open-source software) ขององค์กรเอง

- ซอฟต์แวร์เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ Netflix ว่าควรสร้างหรือโปรโมทเนื้อหาในรูปแบบใดจึงจะเหมาะสมกับผู้ชม



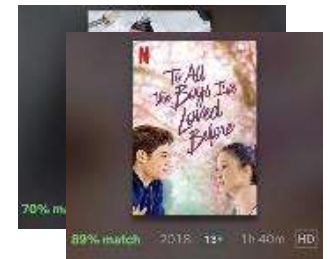
Source : ClickZ, Data & Analytics, 2019

กลยุทธ์การใช้ช่องค้นหาและการตลาดแบบส่วนบุคคล (Search & Personalization)



อัลกอริทึมการค้นหา (Search Algorithm) โดยใช้การวิเคราะห์ตัวอักษร การเรียนรู้ของเครื่องจักร ประสบการณ์ของผู้ใช้ และการกรองข้อมูล

➔ เพื่อสามารถจับคู่ได้ตรงกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ใช้



การปรับภาพประกอบแบบส่วนบุคคล (Artwork Personalization) เปลี่ยนรูป ลักษณะตัวอักษร และภาพประกอบของสื่อ เพื่อให้เข้ากับความสนใจของผู้ใช้ และเพิ่มอัตราการคลิกเข้าชม (Clicking Rate)

เมื่อผู้ชมสนใจหมวดโรแมนติก



เมื่อผู้ชมสนใจหมวดคอมเมดี้



Source : Artwork Personalization at Netflix, The Netflix Tech Blog

SCB เล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจทางเทคโนโลยี และได้แยกตัวธุรกิจ เพื่อเดินหน้าเป็น Tech Company โดยมีบริษัทลงทุนธุรกิจประเภทเทคโนโลยีอยู่ภายใต้ อีกทั้งยังลงทุนในแอปพลิเคชัน Robinhood เพื่อตอบสนองกระแสในปัจจุบัน

Case Study

SCB^x

ธนาคารไทยพาณิชย์ปรับแผนโครงสร้างเศรษฐกิจสู่ SCBX

SCBX จะเป็นบริษัทลงทุน (Holding Company) ที่มีบทบาทเป็น Tech Company เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจมีความคล่องตัวมากขึ้น และสามารถลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ที่ต่อยอดการเติบโตได้ และส่งผลให้ศักยภาพของ SCB มีมากขึ้น มีโอกาสมากขึ้นเช่นกัน

SCB(10X)

SCB 10X ซึ่งเป็น Venture Builder แห่งแรกในไทย เป็นหนึ่งในบริษัทภายใต้ SCBX

SCB 10X ทำหน้าที่เป็นโฮลดิ้งคอมพานี (Holding Company) ดูแลบริษัทเทคโนโลยีในกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมด

ภารกิจ Moonshot Mission



- ▶ Venture Builder (VB) คือ การลงทุนร่วมสร้างธุรกิจประเภท Tech Startup ใหม่ ๆ ถือเป็นเรื่องใหม่ในอุตสาหกรรมธนาคาร โดยจะสนับสนุนด้านเงินทุนเริ่มต้น สนับสนุนการระดมทุนจากภายนอก สนับสนุนทีมงาน เทคโนโลยี การเข้าสู่ตลาด
- ▶ Strategic Investment and Partnership คือ การร่วมลงทุนและการเป็นพันธมิตร
- ▶ Venture Capital (VC) คือ การลงทุนใน Startup ทั่วโลก

“Robinhood” แอปพลิเคชัน Food Delivery จากกลุ่ม SCB



Food & Travel

ท่ามกลางความทุกข์ยากทางเศรษฐกิจจาก COVID - 19 และแนวโน้มความนิยมของการซื้ออาหารกลับมารับประทานที่บ้านที่สูงขึ้น กลุ่ม SCB จึงได้ถือกำเนิดแพลตฟอร์ม Food Delivery สัญชาติไทย เพื่อช่วยคนไทย โดยไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมใดๆ ทั้งไม่มีค่าสมัคร ไม่คิดค่า GP (Gross Profit) เพื่อคืนกำไรให้สังคม และเพื่อให้ทั้งสามส่วนคือคนซื้อ คนขาย และคนส่งสินค้าได้ประโยชน์อย่างเต็มที่และเป็นธรรม

Digital Transformation ต้องการความร่วมมือของผู้บริหาร และการสร้างองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven culture) ซึ่งสามารถเพิ่มระดับความสัมพันธ์จากพนักงานองค์กรและลูกค้าได้



Walmart ใช้ทั้งกระบวนการทำงานภายในองค์กรและการทำงานของฝ่ายค้าปลีกเพื่อให้ธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

“เรากำลังเพิ่มการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ในปี 2561 เราได้จ้างงานพนักงานด้านเทคโนโลยีเพิ่ม 1,700 คน และในปีนี้มีแผนจะรับเพิ่มอีก 2,000 คน”



ปรับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าให้มีความเป็นอัตโนมัติ

การมอบประสบการณ์ด้านดิจิทัลช่วยเพิ่มผลตอบแทนของแพลตฟอร์มซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ Walmart และธุรกรรมออนไลน์ (e-commerce) ยังช่วยเชื่อมโยงการทำงานทั้งด้านดิจิทัลและกระบวนการทำงานภาคปฏิบัติจริง



ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานด้านต่างๆ

เทคโนโลยีคลาวด์ (Cloud Technology) และระบบการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ช่วยพัฒนาระบบตะกร้าสินค้าออนไลน์และประมาณจำนวนสินค้าคงคลังได้



ข้อมูลนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Walmart มีจำนวนข้อมูลในมือมากกว่าคู่แข่งเนื่องจากขนาดของธุรกิจที่ใหญ่กว่า ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้และการฝึกอบรม



“

ธุรกิจของเรายังต้องเผชิญกับความท้าทายในการผลักดันให้พนักงานยอมรับความสำคัญของเทคโนโลยี การที่เราจะเอาชนะความท้าทายนี้ได้ ความมุ่งมั่นของบุคลากรทุกระดับภายในองค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

”

เจเรมี คิง,

รองประธานกรรมการผู้บริหาร และประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี

Source: retailcustomerexperience.com, 2019

อินเดียพัฒนาระบบ ‘Aadhaar System’ ซึ่งเป็นระบบเก็บข้อมูลแบบ Biometric Database ที่ติดอันดับขนาดใหญ่ที่สุดของโลกด้วยความร่วมมือระหว่างรัฐบาลอินเดียกับภาคเอกชน ในการเก็บข้อมูลของประชาชนและระบุตัวตน



เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของโลก จำนวนประชากรราว 1.38 ล้านคน (ปี 2021) คิดเป็น 17.5% ของประชากรทั่วโลก ส่งผลให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชากรในประเทศมีจำนวนมหาศาล จึงทำให้การรวบรวมและดูแลข้อมูลเป็นเรื่องที่ยาก

รัฐบาลอินเดียจึงมีแนวคิดจัดตั้ง ระบบ “Aadhaar System” ร่วมกับภาคเอกชน ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลกลางแห่งชาติ โดยเก็บข้อมูลผ่าน



ข้อมูลประจำ
ตัวบุคคล



สแกนลายนิ้วมือ



สแกนม่านตา



ขั้นตอนการเก็บข้อมูลของผู้ลงทะเบียนใน Aadhaar ซึ่งรวมถึงการเก็บลายนิ้วมือ และสแกนม่านตา

ผู้ที่ลงทะเบียนใน Aadhaar สามารถใช้ข้อมูลประจำตัวไปดำเนินธุรกรรมต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดบัญชีธนาคาร, การซื้อและจดทะเบียนซิมโทรศัพท์, การชำระค่าสาธารณูปโภค รวมทั้งลงทะเบียนเพื่อรับสวัสดิการและความช่วยเหลือทางการเงินต่างๆ จากภาครัฐ และฐานข้อมูลชุดเดียวกันนี้ยังถูกใช้โดยบริษัทใหญ่อย่าง Amazon และ Uber เพื่อระบุตัวตนลูกค้าด้วย



Source: ZD Net



เกาหลีได้รับมือกับความท้าทายของลักษณะทางประชากรที่จะมีผู้สูงอายุ เพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่า ในปี 2050 โดยใช้การพัฒนารูปแบบการจ้างงานแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาทักษะผู้สูงอายุด้วยการอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วย

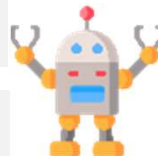
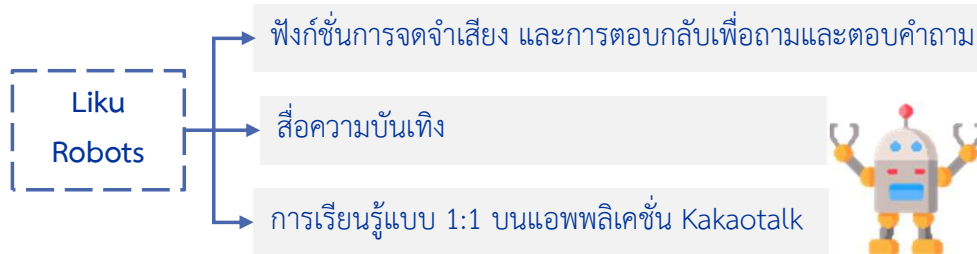


เกาหลีเริ่มการใช้หุ่นยนต์ เพื่อฝึกอบรมทักษะดิจิทัลให้กับผู้สูงอายุในกรุงโซล

กรุงโซลมีการใช้ Humanoid robots เพื่อช่วยผู้สูงอายุให้สามารถใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล สมาร์ทโฟน การส่งข้อความออนไลน์ และการบริการทางดิจิทัลต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น



อีกทั้งมีการดำเนินการโปรแกรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้ประชาชนใช้อุปกรณ์ดิจิทัลได้อย่างสะดวกสบาย โดยใช้หุ่นยนต์เป็นหลัก



การเปิดรับคนสูงอายุทำงานด้านไอทีในบริษัทสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้



บริษัท EverYoung เปิดรับคนเข้าทำงาน ที่อายุ 55 ปีขึ้นไปเท่านั้น เนื่องจากบริษัทยังคงเชื่อมั่นในศักยภาพของกลุ่มคนวัยเกษียณ และต้องการต่อสู้กับวัฒนธรรมในองค์กรของเกาหลีใต้ที่มีการเลือกปฏิบัติทางอายุ

บรรดาผู้สูงอายุจะได้รับการฝึกให้ใช้แพลตฟอร์ม Naver หรือกูเกิลในเวอร์ชันของเกาหลีใต้ เพื่อให้คัดกรองข้อมูลหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทั้งบน Naver Map และในบล็อก รวมทั้งฝึกฝนทักษะด้านไอทีอื่นๆ และบางครั้งยังสอนการเขียนโค้ดให้กับเด็กนักเรียนด้วย



Source: Presentations made by the Seoul 50+ Foundation of the Seoul Metropolitan Government, Paris, 2017

กรณีศึกษาในเบลเยียมที่มีการดำเนินโครงการที่เรียกว่า “Be Badges” เพื่อใช้ Digital Open Standard ช่วยประชาชนแสดงออกถึงทักษะ และได้รับประสบการณ์เพื่อโอกาสในตลาดแรงงานที่ดีขึ้น



Platform กลางที่รัฐบาลเบลเยียมจัดตั้งขึ้นเพื่อนายจ้าง ศูนย์การเรียนรู้ ประชาชน ต่างจะได้มาเรียนรู้ร่วมทักษะใหม่ร่วมกัน เป้าหมายของ Platform เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับการเรียนรู้และทักษะที่ได้รับ



ผู้หางานมักท้อใจที่ต้องเจอทั้งแบบทดสอบและการใช้เวลานาน ขณะเดียวกันผู้จ้างงานก็ไม่วางใจถึงความสามารถที่แท้จริง ดังนั้นเพื่อประโยชน์ทั้งในส่วนของการ ดังนั้นจึงเกิดการจัดพื้นที่เพื่อให้นายจ้างกับลูกจ้างมาพบกัน โดยมีการใช้มาตรฐานทักษะดิจิทัลที่มาจากความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อระบุความสามารถของบุคคลที่มาร่วมกิจกรรม ประลองความสามารถดิจิทัล ให้องค์กรสามารถคัดเลือกพนักงานที่ต้องการได้ ในขณะเดียวกันประชาชนก็ได้แสดงออกความสามารถในพื้นที่ที่มีความน่าเชื่อถือและออกสู่สายตาของนายจ้าง



Conference presentation of Be Badges and ESCO Badges

Source: www.oecd.org

Three parties involved in Be Badges

ISSUERS

บริษัท/หน่วยงาน/ศูนย์การเรียนรู้ที่ประเมินความสามารถ/ประสบการณ์ของผู้สมัคร



EARNER

ผู้ที่ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถ ทักษะต่างๆ และได้รับ และได้ badge รับรองเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ



DISPLAYERS

องค์กรที่ต้องการหาพนักงานสามารถดู badge และข้อมูลประกอบการดำเนินงานต่างๆ เพื่อพิจารณาคัดเลือกบุคคลากร

รัฐบาลเอสโตเนีย สร้างจุดเด่นให้ประเทศโดยมุ่งสู่การเป็น Digital Society-สังคมดิจิทัล และมุ่งดึงดูดสตาร์ทอัพด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้คนทั่วโลกเป็นพลเมืองดิจิทัลของประเทศผ่านโปรแกรม e-Residency

เอสโตเนียเปิดโอกาสให้คนทั่วโลกเป็น“พลเมืองดิจิทัลของประเทศ” ผ่านโปรแกรม e-Residency โดยไม่ต้องย้ายมาเอสโตเนีย

วัตถุประสงค์ “ให้อัตลักษณ์ออนไลน์ แต่คนชาติอื่นๆ เพื่อให้ผู้คนสามารถทำงานแบบระยะไกลจากที่ไหนก็ได้ในโลก แต่มีสิทธิในเชิงการทำงานและธุรกิจแบบเดียวกับประชาชนชาวเอสโตเนีย”

รัฐบาลเอสโตเนียวางแผนสร้างจุดเด่นให้ประเทศโดยมุ่งสู่การเป็น“Digital Society-สังคมดิจิทัล”อย่างแท้จริง เป็นที่มาของการทำระบบราชการดิจิทัล และมุ่งดึงดูดสตาร์ทอัพ ตามด้วยการ ออก e-Residency เป็นชาติแรกในโลก

ส่งผลให้ประเทศเอสโตเนียเป็นประเทศที่สามารถดำเนินการเอกสารราชการดิจิทัลได้ถึง“99%” ของทั้งหมดโดยใช้ระบบลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็น

สามารถที่ทำให้สามารถดำเนินการ e-Residency

ถึงแม้ตัวจะอยู่ที่อื่นๆในโลก ก็สามารถทำธุรกิจที่เอสโตเนียได้ ทั้งการจดทะเบียนตั้งบริษัท เสียภาษี เปิดบัญชีธนาคาร หรือติดต่อราชการ



ประโยชน์ที่จะได้รับจากโปรแกรม e-Residency

สิทธิในการตั้งบริษัทสัญชาติเอสโตเนีย ซึ่งเป็นประเทศในสหภาพยุโรป โดยการดำเนินธุรกิจเอสโตเนียจะเสมือนเป็นบริษัทสัญชาติยุโรป ซึ่งช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจที่มุ่งเจาะตลาดยุโรปดำเนินงานได้อย่างง่ายดาย



ผู้ว่าการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเอสโตเนียเปิดเผยว่า โปรแกรม e-Residency ส่งผลให้เอสโตเนีย



ประเทศสร้างงานสร้างอาชีพให้คนเอสโตเนียไปแล้ว 1,300 คน



สร้างรายได้ให้ประเทศสะสมตั้งแต่เริ่มโครงการ 41 ล้านยูโร (31 ล้านยูโร ในจำนวนนี้มาจากภาษี)



โครงการe-Residency ยังมีผลโดยอ้อมต่อการสร้างชื่อเสียงให้เอสโตเนีย

โดยการมีโปรแกรมรวมคนจากทั่วโลกทำให้เอสโตเนียเคยสร้างสตาร์ทอัพระดับ ‘ยูนิคอร์น’ มาแล้ว 7 ราย เทียบกับจำนวนประชากรเอสโตเนีย 1.3 ล้านคน

จึงกลายเป็นประเทศที่มีจำนวนยูนิคอร์นต่อประชากรสูงที่สุดในยุโรป และเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอิสราเอล

Workshop 2: Transformer สร้างแนวคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อออกแบบวิธีการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง



Out of the Box Transforming Idea

กิจกรรม Idea Iteration
ช่วยให้สามารถเรียนรู้วิธีที่จะมี
ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นผ่าน
การวาดรูป เพื่อใช้จินตนาการ
ของคุณในการคิดออกนอก
กรอบอย่างไม่มีขีดจำกัด และ
ค้นพบแนวทางใหม่ๆ ในการ
สร้างสรรค์

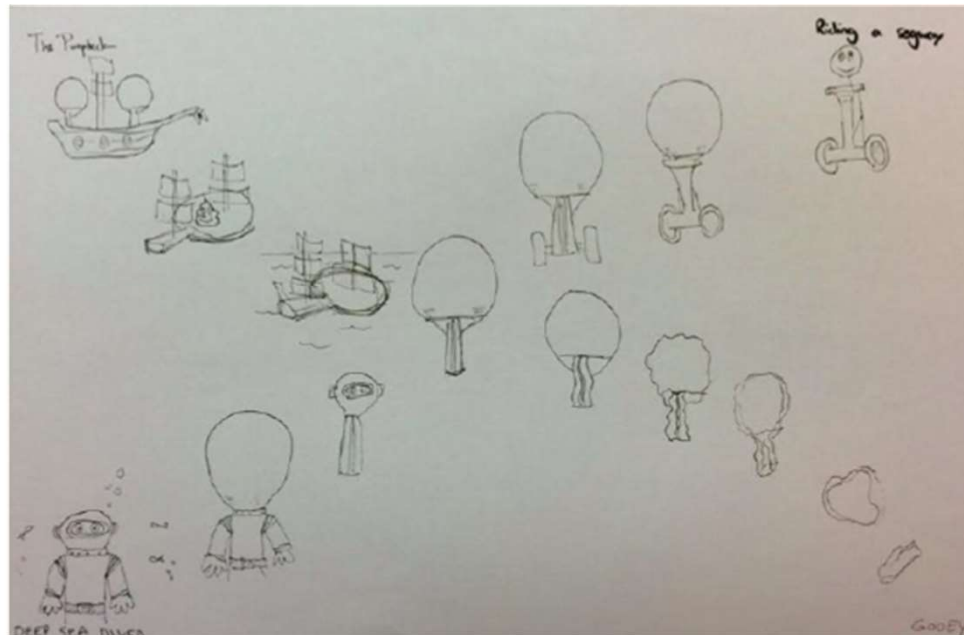


Instruction:

Step 1: 4 members each draw one object in a corner

Step 2: The fifth member draws an object in the middle

Step 3: The team tries to transform the objects at the corners to form a continuing process to become the center object



Key Takeaways:

Learn how to
become generally
more creative and
discover a range
of approaches for
generating
creative ideas.

LUNCH Break

Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



ความแตกต่างระหว่าง Digitization กับ Digitalization ที่ควรทำความเข้าใจมีดังต่อไปนี้

Digitization

Digitization เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจากระบบแอนะล็อกมาเป็นข้อมูลดิจิทัล ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของพื้นฐานการนำข้อมูลดิจิทัลไปใช้ประโยชน์ต่อไป เช่น การเปลี่ยนการบันทึกข้อมูลจากบนกระดาษ หรือ การจดลงสมุด มาสู่การบันทึกในรูปแบบดิจิทัล



การแสกนรูปภาพเพื่อสร้างเป็นไฟล์ดิจิทัล



การเปลี่ยนรายงานในรูปแบบกระดาษเป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัล เช่น PDF File เป็นต้น



การนำเข้ารายการข้อมูลที่อยู่บนกระดาษให้อยู่ในรูปแบบแอปพลิเคชันรายการข้อมูลดิจิทัล เช่น Application Reminders



การบันทึกการนำเสนอหรือบทสนทนาผ่านโทรศัพท์เพื่อเปลี่ยนแปลงทางกายภาพมาเป็นไฟล์ดิจิทัล

VS

Digitalization

Digitalization เป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจ กระบวนการหรือวิธีการทำงาน การสร้างรายได้แบบใหม่ และการสร้างมูลค่าให้กับโอกาส เพื่อเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ธุรกิจแบบดิจิทัล เช่น การทำระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิต การจัดทำระบบบริหารคลังสินค้า เป็นต้น

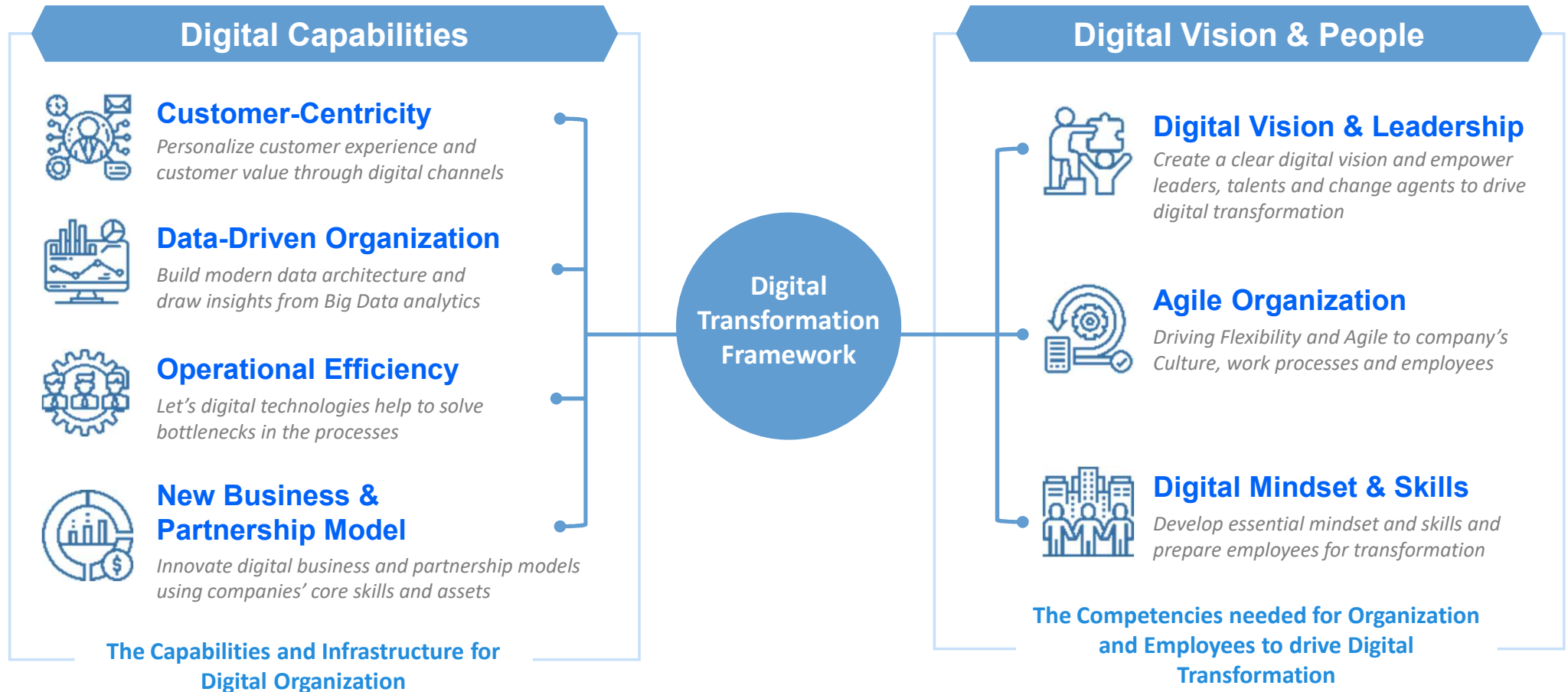


วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากเครื่องมือที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อหาช่องทางรายได้ใหม่



การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาเปลี่ยนแปลงกระบวนการรายงาน การรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์และใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อจัดการความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในโปรเจกต์ในอนาคต

เพื่อให้สามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ได้อย่างยั่งยืน องค์กรต้องสร้างความสมดุลระหว่าง “สมรรถนะดิจิทัล” (Digital Capabilities) และ “วิสัยทัศน์และบุคลากรดิจิทัล” (Digital Vision & People)



Digital Transformation

กรอบการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล (Digital Transformation Framework)

สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

- 1) ประสบการณ์ลูกค้า
- 2) กระบวนการในการปฏิบัติงาน
- 3) รูปแบบธุรกิจ

กรอบการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล (Digital Transformation Framework)

การเปลี่ยนแปลง ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience)	การเปลี่ยนแปลง กระบวนการในการปฏิบัติงาน (Operational Process)	การเปลี่ยนแปลง รูปแบบธุรกิจ (Business Model)
ความเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)	กระบวนการทางดิจิทัล (Process Digitalization)	การเปลี่ยนแปลงธุรกิจด้วยดิจิทัล (Digitally-modified Business)
การเติบโต (Top Line Growth)	ความสามารถของบุคลากร (Worker Enablement)	สร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ (New Digital Business)
ช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า (Customer Touch Point)	ประสิทธิภาพในการจัดการ (Performance Management)	ดิจิทัลที่ใช้ร่วมกันได้ทั่วโลก (Digital Globalization)

ความสามารถทางด้านดิจิทัล (Digital Capabilities)
พื้นฐานสำคัญในการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ลูกค้า กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร และรูปแบบ
ธุรกิจ โดยเป็นส่วนช่วยในการประสานการเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัลให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร

องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานทางข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกและสร้างคุณค่าทางธุรกิจด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล

Data Driven Enterprise Strategy



Data Platform

สำหรับข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และตรวจสอบคล่องกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ



Data Governance

ควรมีมาตรฐานสำหรับการควบคุมและบริหารจัดการข้อมูลขององค์กร



Advanced Analytics

สามารถระบุเทรนด์และรูปแบบของข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ



Data-Driven Business Model

โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ข้อมูลตลาด และข้อมูลบริษัท



Data Architecture

สามารถรับมือได้กับข้อมูลจำนวนมากที่มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย



Metadata Management

รับรองได้ว่าการขับเคลื่อนของข้อมูลเป็นแบบไร้รอยต่อ



AI/ML

สร้างโมเดลเพื่อการทำนายและเสนอข้อเสนอนะ

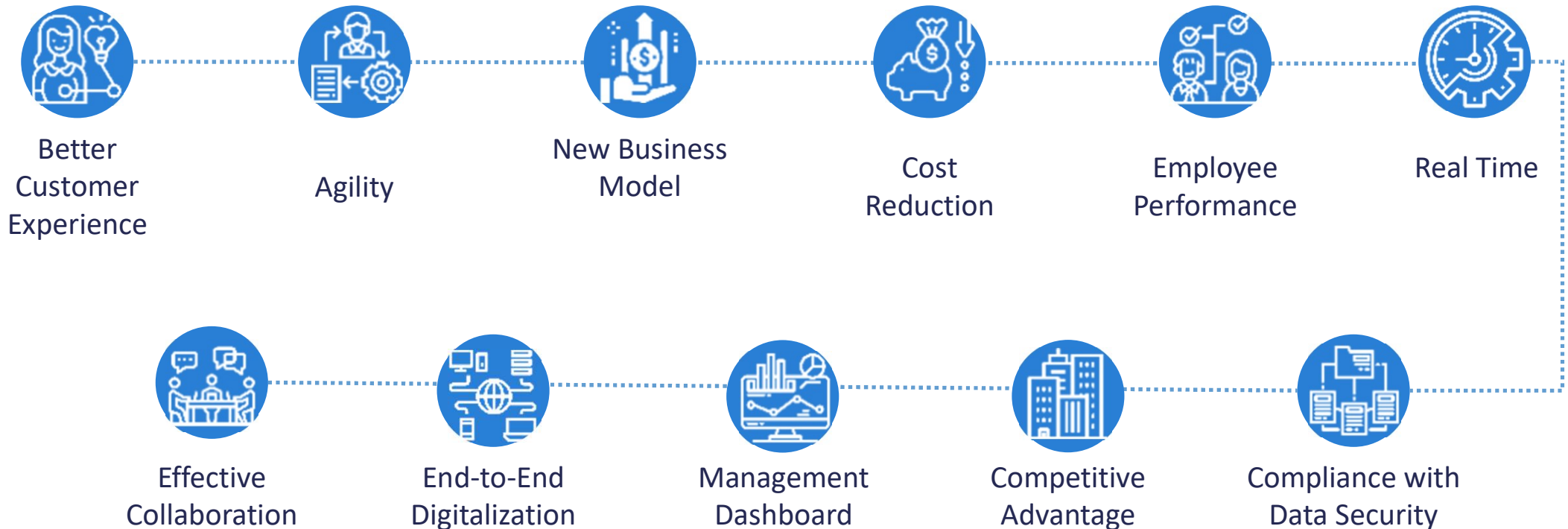


Data-Driven Performance

ใช้ข้อมูลในการฝึกอบรมพนักงาน พัฒนากระบวนการทำงานและความร่วมมือกัน

เป้าหมายของการทำ Digital Transformations ที่องค์กรควรให้ความสำคัญ เพื่อที่จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลอย่างยั่งยืน

Digital Transformations Goals for Enterprises



Copyright © 2022 Dr.Chanakan Siratanaban, Strictly Confidential

Exercise: Creating Digital Tool Project Ideas

Workshop นี้จะช่วยสร้าง ประสบการณ์ ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการเครื่องมือดิจิทัล และการสร้างสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างดี

การทำแบบฝึกหัด:



- ระดมความคิดกับทีมและตอบคำถามด้านขวามือ (30 นาที)
- นำเสนอ project idea ของกลุ่มคุณ



ชื่อของ Digital Project idea?



ไอดีสำคัญของ Digital Project?

อธิบายว่าแนวคิด Digital ที่ต้องการเปลี่ยนแปลง/สร้างสรรค์ขึ้น เป็นอย่างไร



ผลที่คาดว่าจะได้รับคืออะไร?

อธิบายว่าแนวคิด Digital ของคุณจะสร้างผลลัพธ์อย่างไร



แนวคิดการเปลี่ยนแปลงของคุณสร้างมูลค่าให้กับ องค์กรของคุณอย่างไร?

อธิบายว่าแนวคิด Digital ของคุณจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ธุรกิจท่าน อย่างไร



แนวคิด Digital ของคุณว่าจะช่วยเปลี่ยนแปลงองค์กรของคุณเป็นอย่างไร?

อธิบายว่าแนวคิด Digital ที่คุณกำลังจะทำ จะช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อองค์กรของท่านในด้านต่างๆ อาทิ กระบวนการผลิต ความสามารถของพนักงาน ผลการดำเนินงาน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรอย่างไร

Digital Project Idea Canvas

Project :

Date :

Version :

Challenges :



Project Type

- ☐ Knowledge & Database
- ☐ Customer Experience Improvement
- ☐ Process Automation
- ☐ Reinventing Business Model
- ☐ Performance Management
- ☐ Service Development Process
- ☐ Exploiting Core Operations
- ☐ Other _____
- ☐ Product Development Process
- ☐ Organization Engagement
- ☐ Workforce Enablement

Project Idea

Product/Service/Process

Internal/External

Digital Capability

- ☐ Customer Experience
How :
- ☐ Core Operations
How :
- ☐ Data Driven
How :
- ☐ Business Model
How :

How your project idea transform organization?

- ☐ Digital Vision
How :
- ☐ Organization Structure/Engagement
How :
- ☐ Digital Mindset/Skills
How :

Digital Leadership Capability



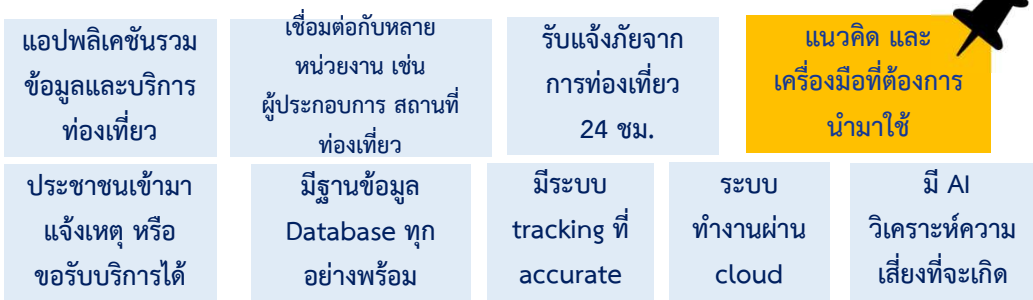
PROJECT IDEA CANVAS

Project Name: One-Stop Service Application

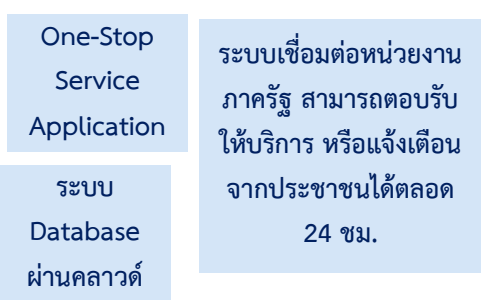
Project Type:

- ☒ Knowledge & Database
- ☐ Product development process
- ☒ Service development process
- ☐ Process Automation
- ☐ Workforce enablement
- ☐ Performance management
- ☒ Customer experience improvement
- ☒ Organization engagement
- ☐ Exploiting core operations
- ☐ Reinventing Business Model
- ☐ Other

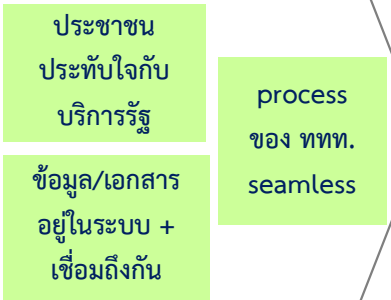
Project Idea



Outcome



Value



How your project idea transform organization?

Digital Capability

☒ Customer Experience

How:

เชื่อมโยงบริการของทุกหน่วยงานไว้ด้วยกัน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงทุกบริการผ่าน app เดียว

☒ Core Operations

How:

ข้อมูลและเอกสารทุกอย่างอยู่ในระบบ เจ้าหน้าที่รัฐต้องปรับวิธีการทำงาน และพร้อมให้บริการผ่านการสื่อสารของแอป

☐ Business Model

How:

☐ Digital Vision

How:

Leadership Capability

☒ Organization Engagement

How:

ส่งเสริมและเชื่อมโยงให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน

☒ Organization Structure

How:

ตั้งให้มีหน่วยงานรับผิดชอบดูแลฐานข้อมูลและระบบ application โดยเฉพาะ

Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



6

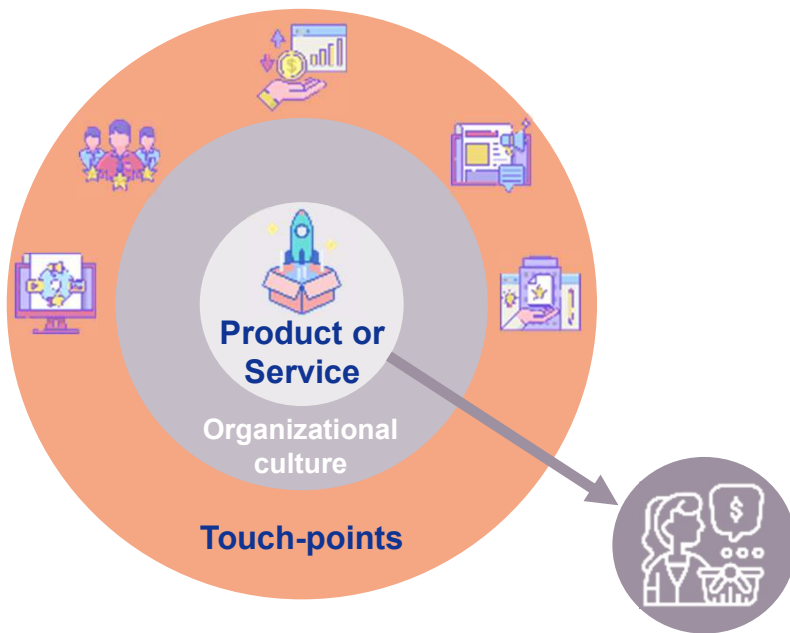
กระบวนการของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)



ในปัจจุบัน ธุรกิจได้ประยุกต์ใช้วิธี “Outside-In” เพื่อนำความต้องการของลูกค้ามาใช้ในกระบวนการออกแบบแทนการใช้วิธีการแบบ “Inside-Out”

Traditional Approach

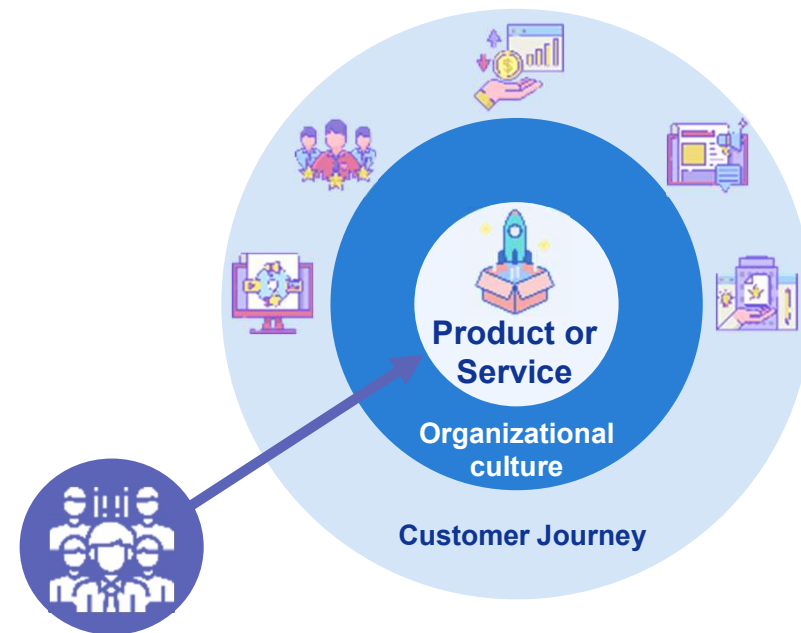
Inside-Out



Product or Service were **developed first**, adapt organizational culture and touch-points to fit the product, and lastly, the **customers will be on the receiving end**.

Design Thinking Approach

Outside-In



Gather **data and insights from the customers** and design organizational culture to fulfil the customer journey, before **innovating products and services to meet their demand**.

Source: Inside-Out Strategy VS. Outside-In Strategy
– Which Marketing Approach Is Best?, Thomas Von Ahn



แนวคิด Inside-Out ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นที่จะสร้างสรรค์ ‘สิ่งที่ลูกค้าต้องการ’ แต่ยังเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า ตั้งแต่ปัญหา ความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อออกแบบการแก้ปัญหา (Solution) ที่ดีที่สุด



กระบวนการ Design Thinking - Stanford's d.school & IDEO

ภาวะตัวเย็นเกิน (Hypothermia) เป็นสาเหตุหลักของ
การเสียชีวิตของเด็กแรกเกิด



เครื่องมือที่ช่วยรักษาอุณหภูมิร่างกายของเด็กทารก อาจ
มีราคาแพงถึงหลายพันดอลลาร์ และเป็นเครื่องมือที่
จำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าในการทำงาน



เด็กแรกเกิดส่วนใหญ่เกิดใน หมู่บ้านที่ห่างไกลจาก
โรงพยาบาลหรือตัวเมือง ซึ่งไม่มีกระแสไฟฟ้าที่
มั่นคง ครอบครัวยากจน จึงไม่มีเงินหรือทรัพยากร
มากพอที่จะใช้ตู้อบสำหรับเด็กแรกเกิด
(baby incubator)



ทีมจาก d.school จึงออกแบบ “Embrace”
ตู้อบเด็กแรกเกิดแบบพกพา ที่สามารถรักษา
อุณหภูมิที่ปลอดภัยให้กับเด็กแรกเกิด โดยไม่
จำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรืออยู่ที่โรงพยาบาล



บริษัท Amazon เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยลูกค้า โดยบริษัทพร้อมรับฟังลูกค้า และต่อยอดผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Amazon: Customer-driven Organization

Even though Amazon began as an online bookshop with an incredibly strong brand, they **put themselves in their customer's shoes** and **asked what else their customer base wanted**.

Outside-In Approach

This allowed them to expand into the **Kindle**, and then into **cloud computing**, **web services** for their channel partners, and massive **online retailing** of a range of products outside their initial offering.



An online bookshop



More and more...



Making a special effort to help customers get the best offer



Connecting customers with a simple-to-use customer satisfaction survey



Allowing customer feedbacks



The feedback results are an effective instrument for improving stronger relationships with customers.

"We see our customers as guests to a party, and we are the hosts. It's our job every day to make every important aspect of the customer experience a little bit better."



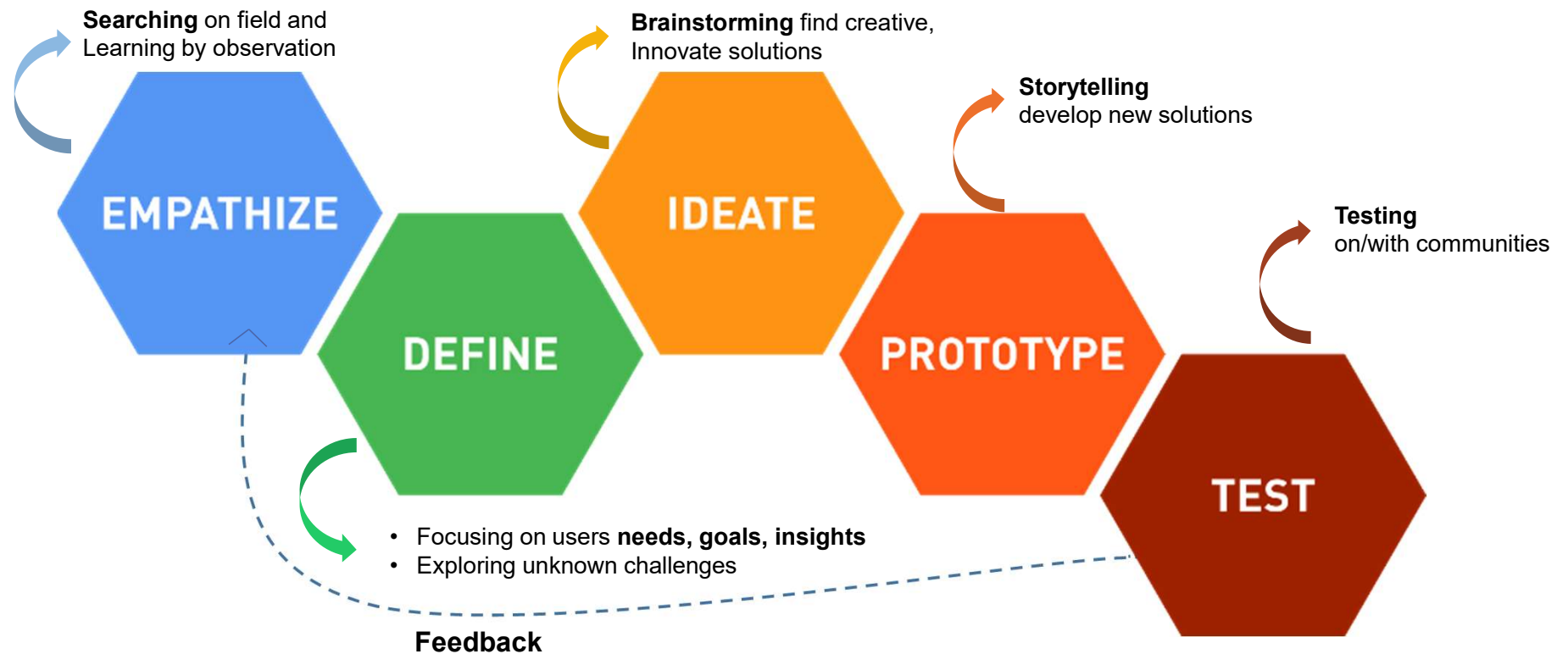
Jeff Bezos,
CEO of Amazon

Source: Amazon 'Outside-In' Strategic Marketing, University of Southwales

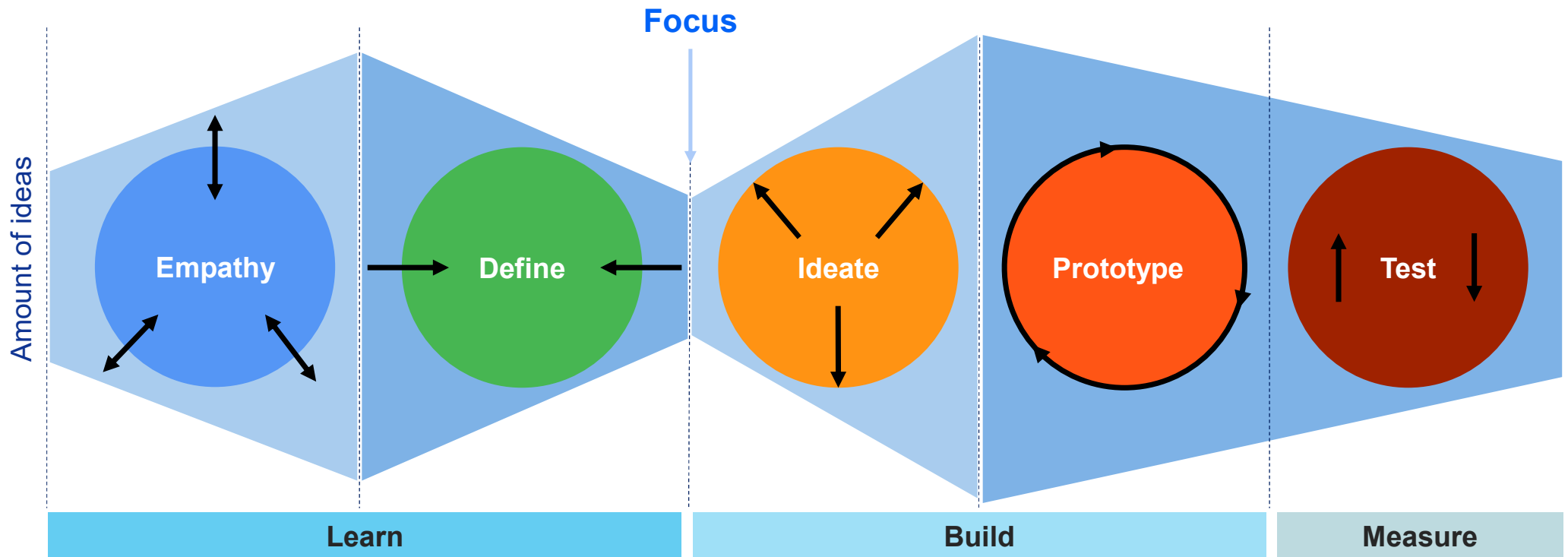
Source: Outside in and inside out strategy, Brandmatters



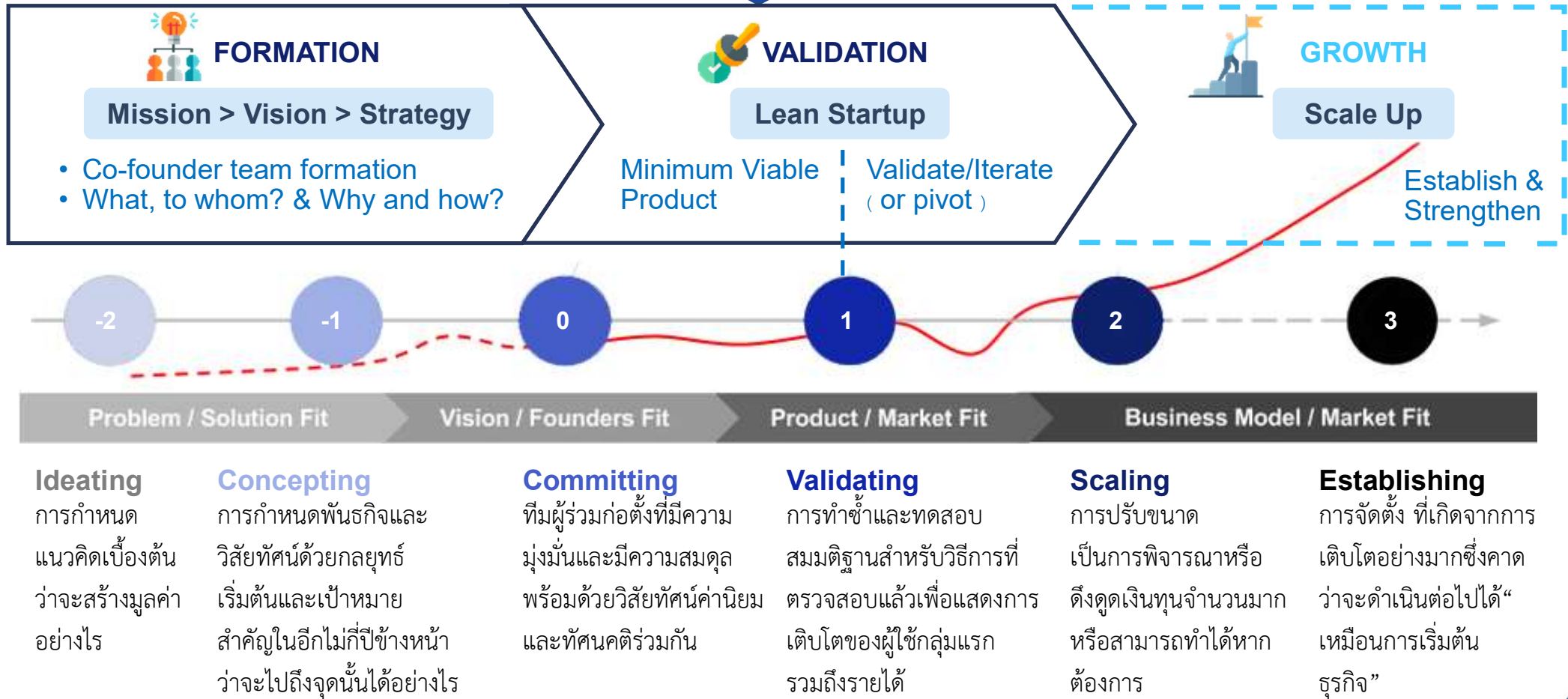
“Design Thinking” เป็นแนวความคิดเพื่อแก้ปัญหา ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ Startups เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง



ขั้นตอน Empathy และ Define เป็นขั้นตอนของการศึกษาและทำความเข้าใจลูกค้า ต่อมา Ideate และ Prototype คือการสร้างสรรค์ไอเดียเพื่อแก้ปัญหา ตามด้วยขั้นตอน Testing และรับความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อพัฒนาต่อไป



Digital product development program ให้ความสำคัญกับ “Formation” (การสร้าง) กลยุทธ์ดิจิทัล และ “Validation” (การตรวจสอบความถูกต้อง) ของแนวคิดและแผน จึงต้องมีการทดสอบระหว่างการดำเนินงานเสมอ



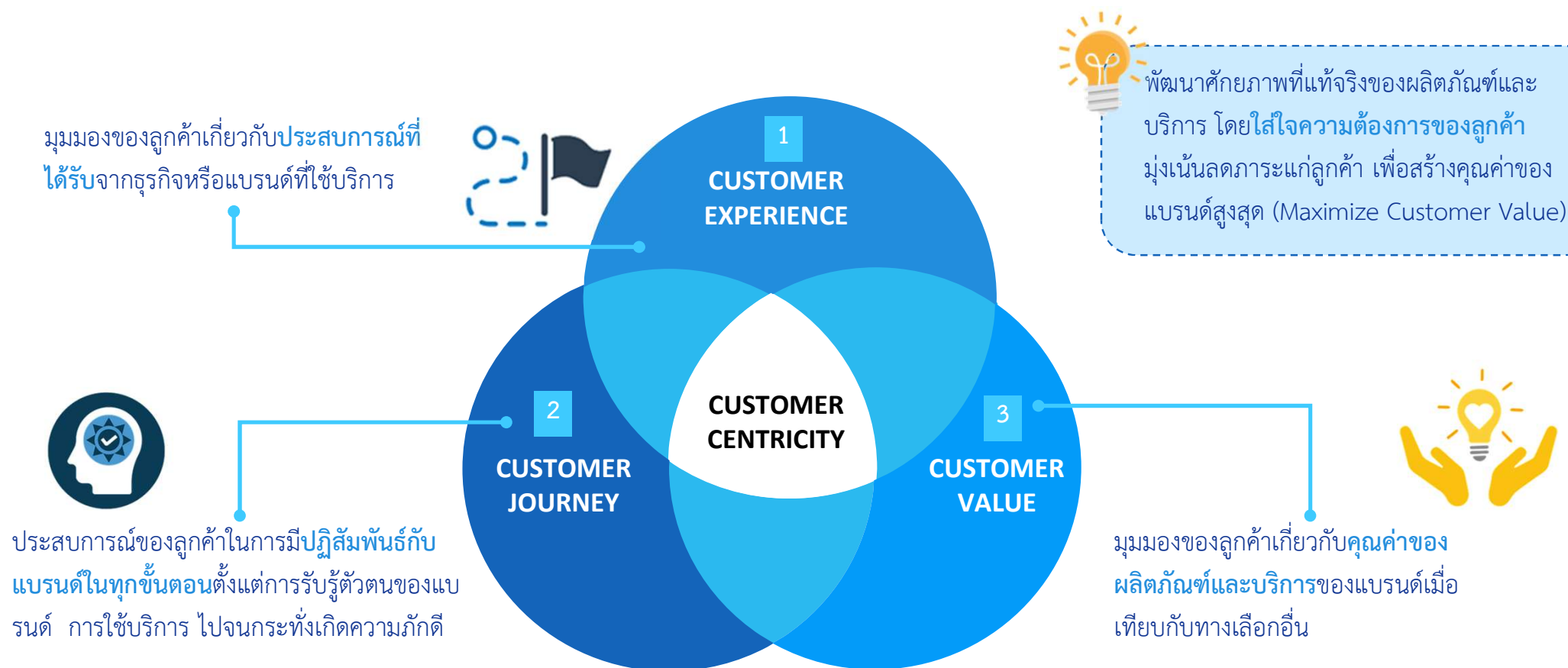
Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางการดำเนินธุรกิจนั้น มีปัจจัยสำคัญคือการสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นให้ลูกค้า ในทุกๆ จุดสัมผัสของเส้นทางการบริโภค และให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมาย



มากกว่า 75% ของกลุ่มผู้นำองค์กร ลูกค้า และผู้จัดการทั่วโลก เชื่อว่าการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Customer Experience) เป็นสิ่งสำคัญ

CUSTOMER EXPERIENCE

จะสำคัญกว่าราคาและผลิตภัณฑ์ในด้านของ Brand Differentiation ในปี 2021



97%

ของกลุ่มผู้นำในธุรกิจทั่วโลกเชื่อว่าการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าคือกุญแจสำคัญของ
ความสำเร็จ



87%

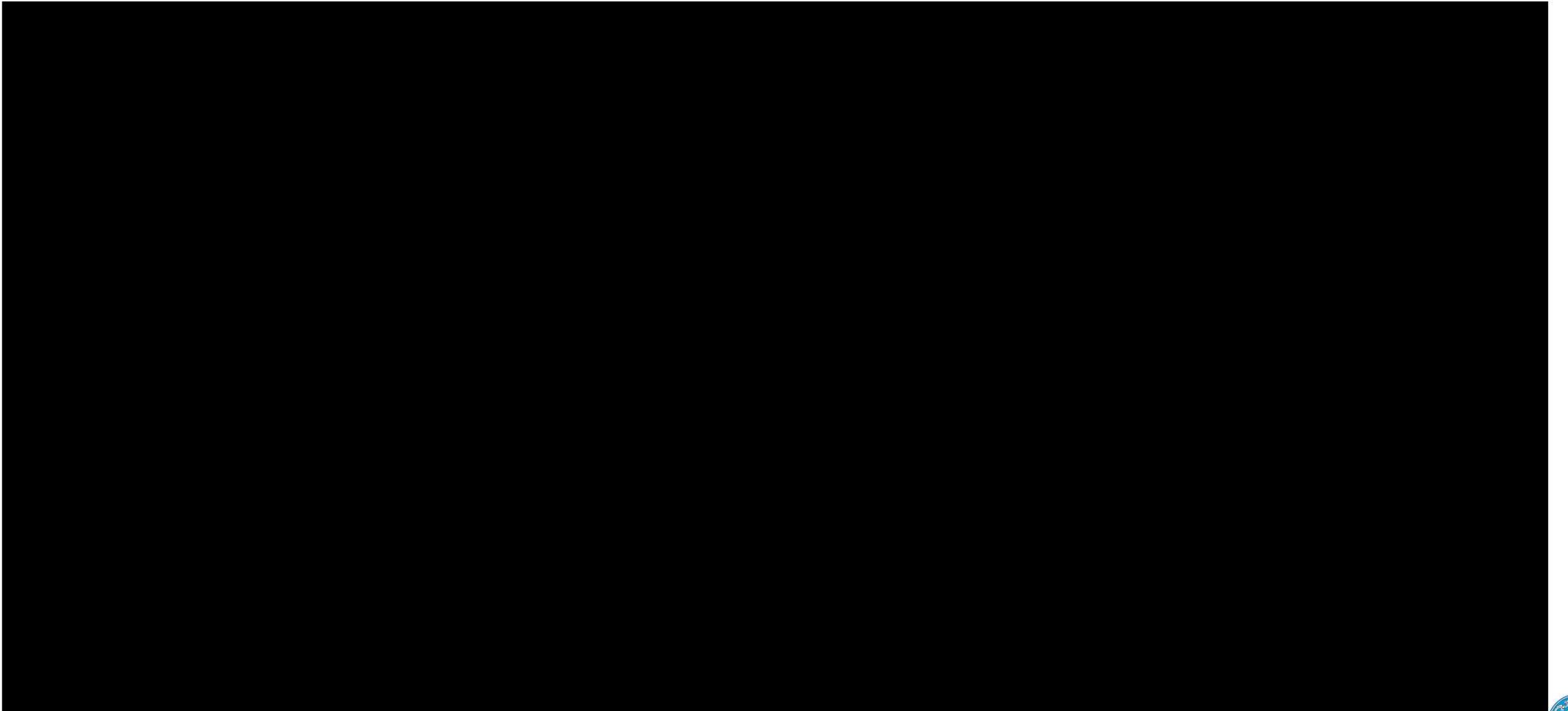
ของกลุ่มลูกค้าทั่วโลกพร้อมจะใช้จ่าย (Willing to Pay) มากกว่าเดิม หากธุรกิจสามารถมอบประสบการณ์การที่ดีมากขึ้นกว่าเดิมให้กับลูกค้าได้



75%

ของผู้จัดการทั่วโลกเชื่อว่าพวกเขาสามารถบริหารองค์กรได้ดีกว่าคู่แข่ง ถ้าหากเพิ่มกลยุทธ์สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

เพื่อให้การค้นหาว่าใครคือลูกค้าเป้าหมาย และอะไรคือความต้องการของเขา มีสิ่งที่เป็นพื้นฐานและเริ่มต้นได้ง่ายที่สุดคือการฟัง ที่หมายถึงการทำความรู้จักและทำความเข้าใจว่าใครคือลูกค้าที่แท้จริง และอะไรคือความต้องการของเขา



Source : <https://www.youtube.com/watch?v=YFzbzZCJgI4>

4 ปัจจัยหลัก ของการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ที่จะทำให้อธุรกิจสามารถสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าได้อย่างสร้างสรรค์ และยังสามารถออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

4 ปัจจัยของการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า



ออกแบบการให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า โดยพิจารณาจากภายนอกสู่ภายใน (outside-in)

มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า จากการถามคำถาม “อะไร (what) อย่างไร(how) เมื่อไร (when) และทำไม (why)”



เพิ่มการเห็นคอนเทนต์ (reach) และการมีส่วนร่วมกับธุรกิจ (engagement) ด้วยการลงทุนด้านดิจิทัล

โดยการใช้แอปพลิเคชันหรือโซเชียลมีเดีย เช่น การเก็บสะสมแต้มของสตาร์บัค (Starbucks Points)



ข้อมูลของลูกค้า (customer data) เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่ดี

การใช้ตัวชี้วัด (metrics) และการวิเคราะห์ข้อมูล (analytics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า



การเชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อ (seamless mesh) ระหว่างประสบการณ์ทางดิจิทัลและทางกายภาพ

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเรื่องของการเชื่อมโยงสิ่งเดิมและสิ่งใหม่ๆ อย่างชาญฉลาดเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

Empathize ยังสามารถใช้การสวมบทบาท เพื่อเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่นหรือผู้ใช้งานหรือประชาชนได้อีกด้วย

Case Study

Immerse (สวมบทบาท)

- สวมบทบาทเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราเพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรงในสิ่งที่เขาเหล่านั้นต้องเผชิญจริงๆ

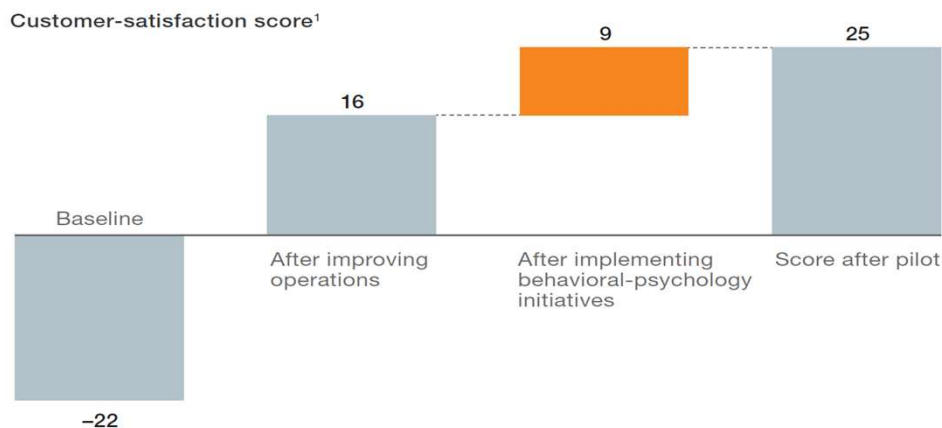
How to Immerse (วิธีการสวมบทบาท)

- ซึมซับประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจพวกเขาเหล่านั้นให้ลึกซึ้ง
- เราต้องออกแบบวิธีการที่ทำให้เราสามารถซึมซับสิ่งที่เราต้องการจากกลุ่มเป้าหมายในสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ เพื่อให้เราเข้าใจพวกเขาเหล่านั้นอย่างลึกซึ้ง อันจะนำมาซึ่งการออกแบบที่มีประสิทธิภาพเพื่อกลุ่มเป้าหมาย



นอกจากนี้การประยุกต์ใช้จิตวิทยาพฤติกรรม เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค ยังเป็นอีกปัจจัยหลักที่พัฒนาประสบการณ์การเดินทาง (The major factors in customer-journey experience)

Apply behavioral psychology to interaction



¹Likelihood that respondent would recommend the company, product, or service to a friend or colleague; rated on a scale of 0 to 10, where 10 is most likely; score reflects the sum of responses of 9 and 10 minus the sum of responses of 0 through 6.

ตัวอย่างองค์กรด้านการบริการ (Service Providers) ที่นำจิตวิทยาพฤติกรรมไปใช้ในการออกแบบประสบการณ์การเดินทางให้กับผู้รับบริการ โดยพบว่า การริเริ่มดำเนินการนำจิตวิทยาพฤติกรรม (Behavioral psychology initiatives) มาประยุกต์ใช้ ร่วมกับการพัฒนาด้านการปฏิบัติการ (Improvements in operation) สามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer satisfaction) ได้อย่างเป็นเชิงประจักษ์



การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วสามารถสร้างคุณค่าที่สำคัญเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ ซึ่งเครื่องมือหนึ่งที่องค์กรใช้ในการสร้างประสบการณ์การเดินทางให้กับผู้บริโภคคือ การนำจิตวิทยาพฤติกรรม (Behavioral psychology) มาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการออกแบบ ทั้งยังเป็นปัจจัยหลักสำหรับประสบการณ์การเดินทางของผู้บริโภคที่จะสามารถกระตุ้นการรับรู้ (Customer perception) และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (Satisfaction levels)

CUSTOMER PERSONA

ก่อนจะสามารถเข้าใจ
ประสบการณ์ของลูกค้าได้
อย่างละเอียดในแต่ละ
ขั้นตอนนั้น จะต้องเริ่มจาก
การทำความรู้จักและเข้าใจ
กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่ง
มีความแตกต่างกันเสียก่อน



Persona เป็นคุณลักษณะที่ถูกสร้างขึ้นด้วยการศึกษาวิจัย เก็บข้อมูล เพื่อนำเสนอหรือบอกว่าใครคือลูกค้าของเรา และมีคุณลักษณะต่างๆ อย่างไร โดยจะช่วยให้เราเข้าใจถึง **needs, experiences, behaviors** และ **goals**.



- Who are we creating this product or service for?
- What do they need?
- Why would they choose us?
- Challenges & Fears:
- Consumption behaviors?



User Persona

Persona of **product or service users (consumer)** which categorized users based on user's behavior and experience.



Buyer Persona

Persona of **product or service buyers** which are categorized based on marketing segmentation.



Operation Persona

Persona of **product or service production team** which are categorized by types of operation, teams or tasks.

Discussion

แสดงความคิดเห็น
(10 นาที)



ลูกค้าคนสำคัญของ กรมชลฯ คือใคร ?

สิ่งใดบ้างที่ กรมชลฯ ควรรับฟังจากผู้รับบริการ
เหล่านั้น ?

สิ่งใดบ้างที่ หน่วยงานที่รับบริการจากท่าน ควร
รับฟังจากผู้รับบริการเหล่านั้น ?

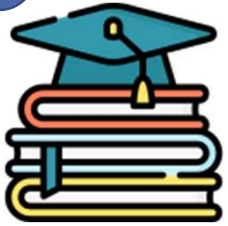
ลูกค้าคนสำคัญของ กรมชลฯ/หน่วยงานที่รับบริการจากท่าน คือใคร ?



สิ่งใดบ้างที่ กรมชลฯ/หน่วยงานที่รับบริการจากท่าน ควรรับฟังจากผู้รับบริการเหล่านั้น ?

การทำความเข้าใจเรื่อง Customer Journey Mapping มีวัตถุประสงค์และจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนใน 4 ด้านดังต่อไปนี้

1



Acquire Knowledge

เข้าใจ และสามารถนำ key Concepts ของ Customer Journey Mapping ไปใช้ในการสร้างสรรค์งานของภาครัฐเพื่อประชาชนได้

2



Learning

เรียนรู้ เกี่ยวกับความสำคัญของการออกแบบกิจกรรมโครงการที่เข้ากับ persona รวมทั้งเพื่อสร้างแนวทางในการปรับใช้ที่เหมาะสมกับงานของตนเอง

3



Learn the key elements

เรียนรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญและมีประสิทธิภาพต่อการทำ Customer Journey Mapping และร่าง Customer Journey Mapping ของตนเองขึ้นมาสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เฉพาะเจาะจง

4



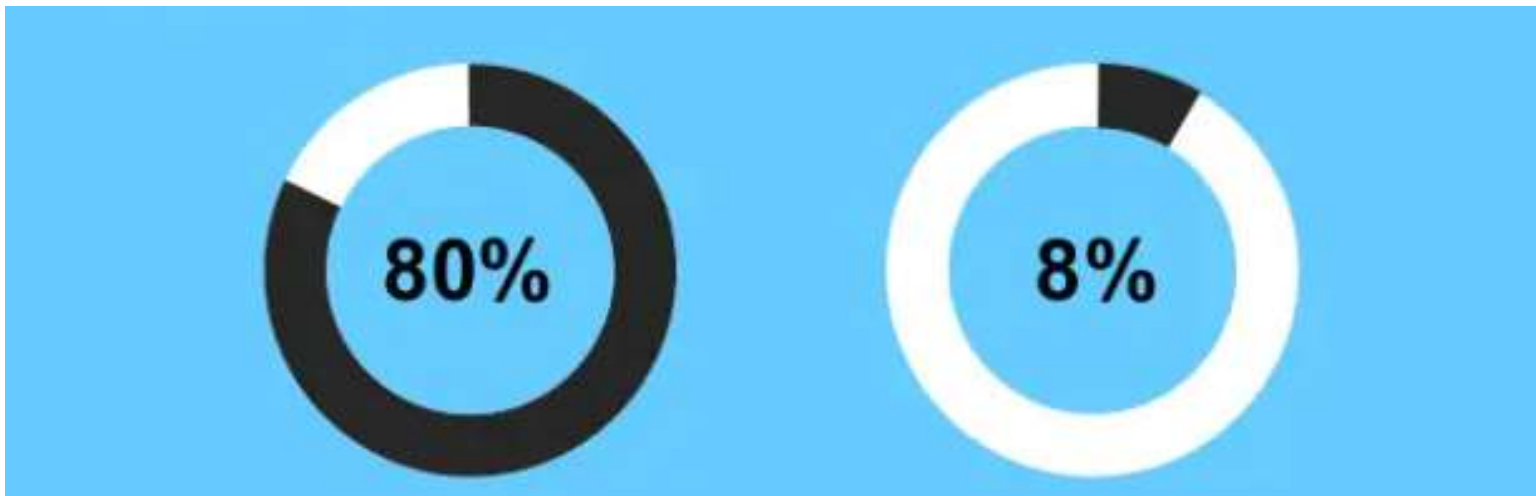
Explore ways to improve

ร่วมอภิปรายและเปลี่ยนกันเพื่อหาช่องว่างที่ยังสามารถพัฒนาประสบการณ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เจาะจงไว้ใน Customer Journey Mapping

ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) ใน 2 มุมมอง จากผู้บริหาร และลูกค้า เป็นไปในทางตรงกัน ข้ามเกี่ยวกับบริการที่ยอดเยี่ยม

Executive perspective

Customer perspective



ร้อยละของผู้บริหารที่คิดว่า
ประสบการณ์ที่พวกเขามอบให้ลูกค้านั้น
ยอดเยี่ยมแค่ไหน

ร้อยละของผู้บริโภค ที่มาจากความ
คิดเห็นแบบ Overall จากประสบการณ์
ที่พวกเขาได้รับ ที่คิดว่าเป็น
ประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยม

Source: Bain & Company, Checking the delivery gap, 2005

ความพึงพอใจ ของลูกค้า/ ผู้รับบริการ/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาจากความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัย สำคัญ ได้แก่
ความคาดหวัง และ ประสบการณ์ที่ได้รับ โดยประสบการณ์ของลูกค้าจำแนกเป็น 3 ระดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

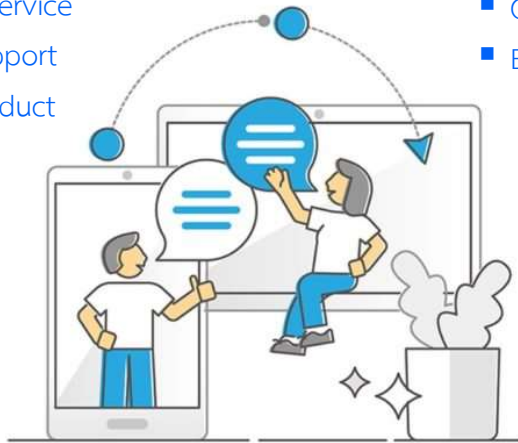
หากผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังได้จะทำให้เกิดช่องว่างและนำไปสู่ประสบการณ์ที่ไม่น่าจดจำได้

Expectations

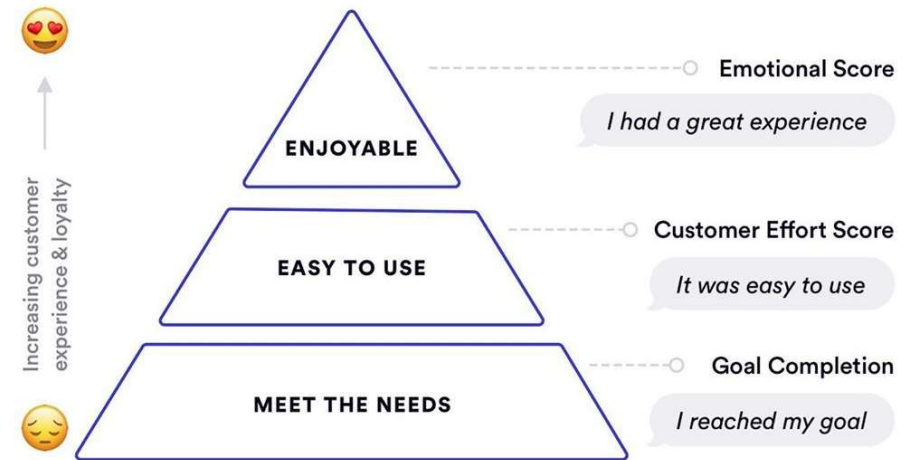
- On time Delivery
- Customer Service
- Excellent Service
- Quality Support
- Quality Product
- Etc.

Experiences

- Fast Delivery
- Great Service
- Quick Response Q&A
- Etc.



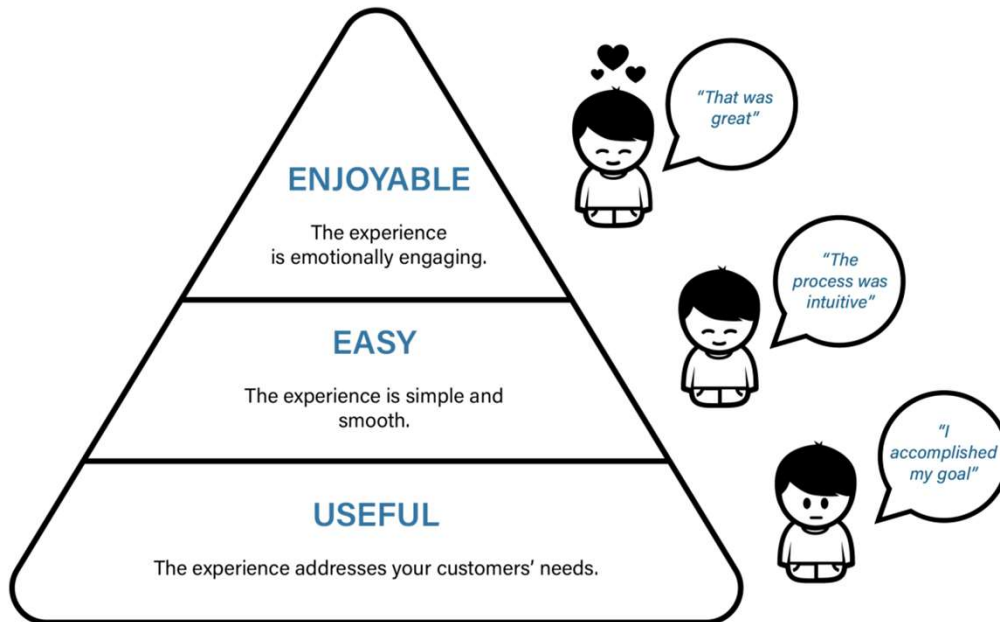
Customer Experience Pyramid.
ปิรามิด ดังกล่าวนี เป็นกรอบในการระบุความพึงพอใจของ
ลูกค้า และ Customer loyalty จากความต้องการขั้นพื้นฐาน
ต่อยอดไปจนความพึงพอใจในระดับสูงสุด



@_ayushjangra_

ตัวอย่าง ระดับประสบการณ์ของลูกค้า และการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ตอบสนองต่อระดับความคาดหวัง

ตัวอย่างความรู้สึกของลูกค้าจากประสบการณ์
ตามความคาดหวังในแต่ละระดับ



ตัวอย่าง Customer Expectations Increase



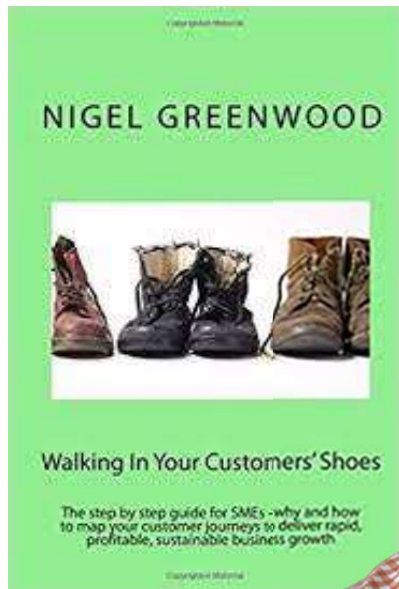
Source: www.anteelo.com



แล้วอะไร คือ Customer Experience ?

(ใช้เวลาประมาณ 10 นาที เพื่อแลกเปลี่ยนไอเดียด้วยกัน)

เราอาจจำกัดความของ Customer Experience ได้ตามความหมายที่ Nigel Greenwood เจ้าของหนังสือเรื่อง Walking in your Customer Shoes ได้ตั้งความหมายต่อไปนี้



Nigel มีประสบการณ์กว่า 25 ปี ที่ร่วมงานกับบริษัทขนาดใหญ่ และ SMEs เพื่อพัฒนา Customer Experience and Retention ในช่วงเวลานั้นเขาสามารถสร้างความสำเร็จในงานด้วยความสำเร็จรวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้น 30% และผลกำไร 148 ล้านปอนด์
จากการรักษาลูกค้าที่ดีขึ้น โดยใช้การทำ
แผนที่การเดินทางของลูกค้าเป็นเครื่องมือในการระบุปัญหา

Customer Experience
“Everything your customer sees,
hears, touches and feels about
your company.”

Source: www.amazon.com/Walking-Your-Customers-Shoes-sustainable/dp/153337399X

The Customer Journey Concept

The Customer Journey Concept



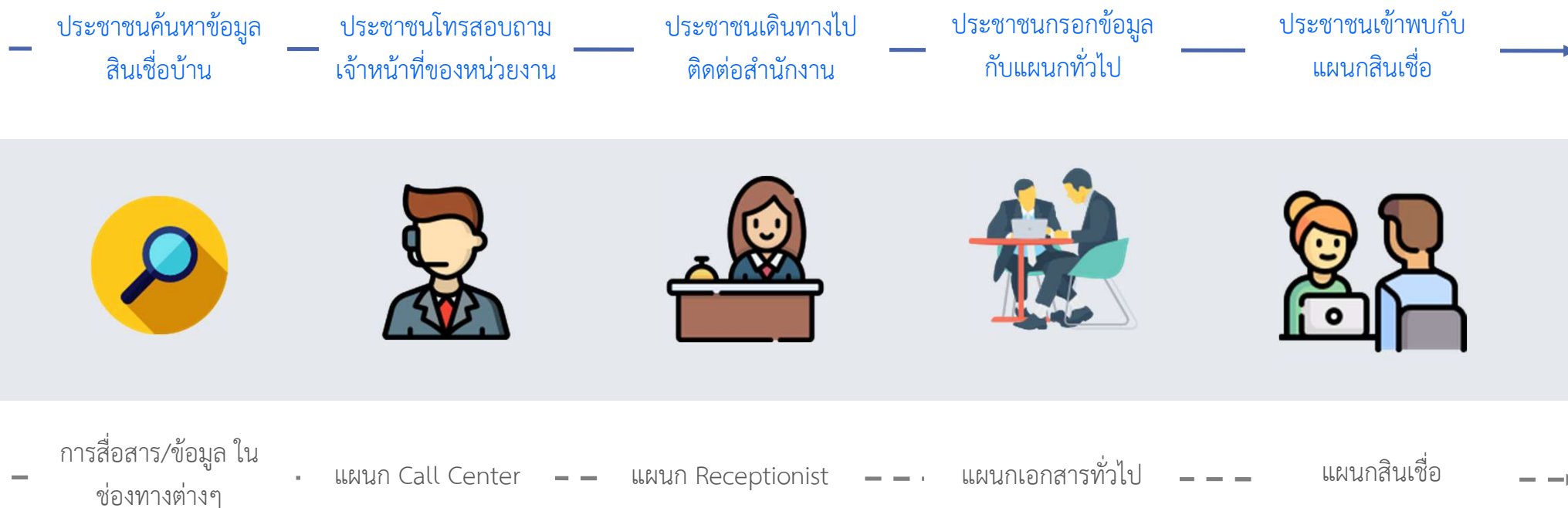
บริษัทหรือองค์กร
จำเป็นต้องจัดสรร
ประสบการณ์ของลูกค้าหรือ
ผู้รับบริการหรือผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องผ่านการวิเคราะห์
การเดินทางของลูกค้า
ทั้งหมด ที่มีการมีปฏิสัมพันธ์
กับองค์กรในทุกขั้นตอน



Source: McKinsey on Marketing & Sales

โดยปกติแล้ว Customer Journey มักจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับหลายๆ จุดสัมผัสด้วยการทำงานที่หลากหลายหน่วยงานขององค์กรในการให้บริการแต่ละครั้ง

ตัวอย่างของ Customer Journey ที่เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานขององค์กรอย่างหลากหลายจุดสัมผัส

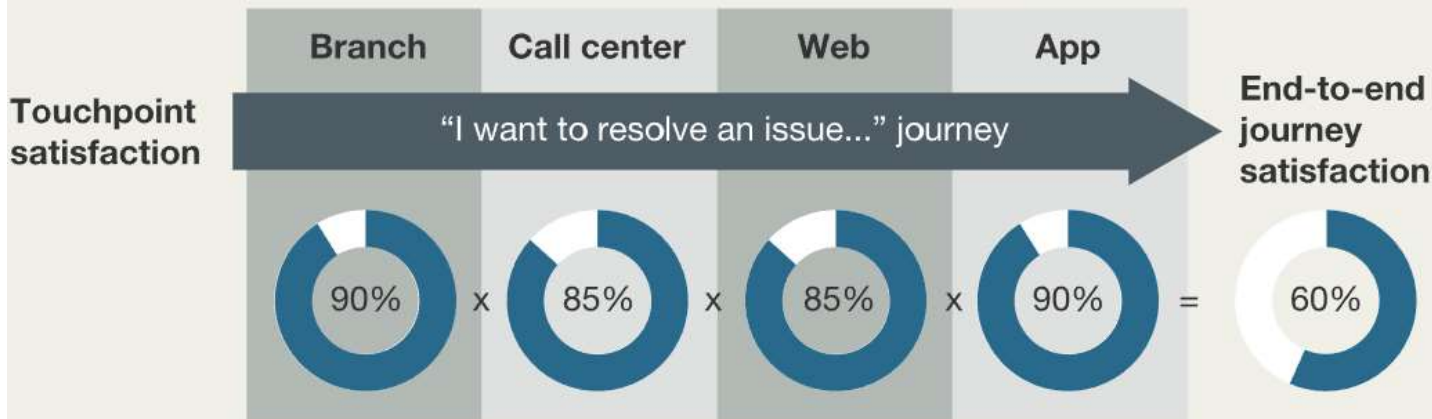


แม้ว่าในแต่ละ Touch point ของลูกค้าจะมีคะแนนพึงพอใจที่สูง แต่เมื่อดูภาพรวมแล้วอาจจะเป็นคะแนนที่ไม่น่าพอใจนัก สิ่งสำคัญที่องค์กรต้องทำคือ การเข้าไปแสวงหาข้อมูลของแต่ละ Touch Point ที่ประเมินแล้วว่าสำคัญ ด้วยมุมมองของลูกค้า

Examples of customer journeys



Satisfactory touchpoints may not add up to a satisfactory customer journey



บริษัทจะเชื่อมโยงประสบการณ์ของลูกค้ากับการปรับปรุงการปฏิบัติงานได้อย่างไร?

- องค์กรส่วนใหญ่จัดการการดำเนินงานติดตามประสิทธิภาพ และวัดความพึงพอใจของลูกค้าตามสายงาน
- ทว่าวิธีที่ดีที่สุดในการจัดการกับประสบการณ์ของลูกค้าคือการติดตามจากมุมมองของลูกค้า ตลอดเส้นทางที่ตัดผ่านฟังก์ชันและช่องทางต่างๆ
- เพราะลูกค้ามักใช้หลายช่องทางในการโต้ตอบกับผู้ให้บริการ และจำเป็นต้องมีการโต้ตอบหลายครั้งเพื่อให้เสร็จสิ้นการดำเนินการแต่ละครั้ง



ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานของรัฐหรือเอกชน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือประชาชน Mckinsey ได้นำเสนอ 6 Hallmark ของแนวปฏิบัติที่ดี ในการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า ที่นักปฏิบัติสามารถนำไปใช้พัฒนาในงานได้ ดังต่อไปนี้

Hallmarks of great customer journeys



Source: Mckinsey Analysis

การดำเนินงานที่ 1 SingPass ที่เป็นแอปพลิเคชันที่รวบรวมหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ และบริการที่ครอบคลุมไว้ในแอปพลิเคชันเดียว เพื่อให้ประชาชนสะดวกต่อการใช้ชีวิตในทุกมิติ ปัจจุบันการใช้งานมากกว่า 2.5 ล้านคน



SingPass (สิงคโปร์)
สำหรับผู้ที่ยู่อาศัยในสิงคโปร์



SingPass บริการสื่อกลางของรัฐบาลสิงคโปร์ที่รวบรวม
บริการออนไลน์ภาครัฐแทบทั้งหมดเข้าไว้ในสื่อกลางเดียว



Outcomes achieved

- ✓ **Average rating 4.8/5**
Singpass is ranked as the fourth most popular app in Singapore on the Google Play Store and the third most popular app on the Apple App Store, averaging 4.8 stars out of 5¹. This is an impressive achievement for a digital service offered by a government agency, which gets compared by users with the digital services provided by the world's leading technology companies.
- ✓ **2.5 million+**
2.5 million+ Singaporeans are currently on the Singpass app²
- ✓ **18 million**
18 million API requests per month³
- ✓ **450,000**
450,000 transactions are made through Singpass each month⁴
- ✓ **80% reduction**
80% reduction in transaction time with Singpass⁵



Source: <https://cdn.twimbit.com>

Case Study: รัฐบาลสวีเดน และสมาคมปลอดพลังงานฟอสซิล ตั้งเป้าหมายจะปลอดจากการใช้เชื้อเพลิงจากฟอสซิล เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยความคำนึงถึงความจำเป็นด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของประชากร



FOSSIL FREE

เมืองสต็อกโฮล์ม เป็นเมืองหลวงของประเทศสวีเดน เป็น
การแก้ปัญหาในเรื่องการจัดการหลายๆ ด้านไปพร้อมกัน
ทั้งขยะ การผลิตความร้อน การผลิตไฟฟ้า และช่วยหนุน
ระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียนให้มีความยั่งยืน

รัฐบาลสวีเดน และสมาคมปลอดพลังงานฟอสซิล



- ไม่มีรถยนต์บนท้องถนนในประเทศ
ที่จะใช้เชื้อเพลิงจากฟอสซิล



- ไม่มีการปล่อยก๊าซเรือน
กระจกขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ



- ปลอดจากการใช้เชื้อเพลิง
จากฟอสซิล



Case Study: โครงการทางหลวงโซลาร์เซลล์แห่งแรกของประเทศจีน ไม่ทิ้งพื้นที่ให้จากการแผดเผาของแสงแดดให้สูญเปล่า เปลี่ยนพื้นผิวถนนในแต่ละวันเป็นพลังงานไฟฟ้าให้แสงสว่างแทนเสาไฟริมถนน



โครงการทางหลวงโซลาร์เซลล์เป็นส่วนหนึ่งของแผนการเพิ่มกำลังการผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยแสงอาทิตย์ของประเทศจีน โดยตั้งเป้าเพิ่มกำลังผลิตให้ได้ 1,300 GW ภายในปี 2050



ทางหลวงโซลาร์เซลล์ทุกสายในจีน จะสามารถผลิตกระแสไฟได้ถึง 7,000,000 GWh ต่อปี



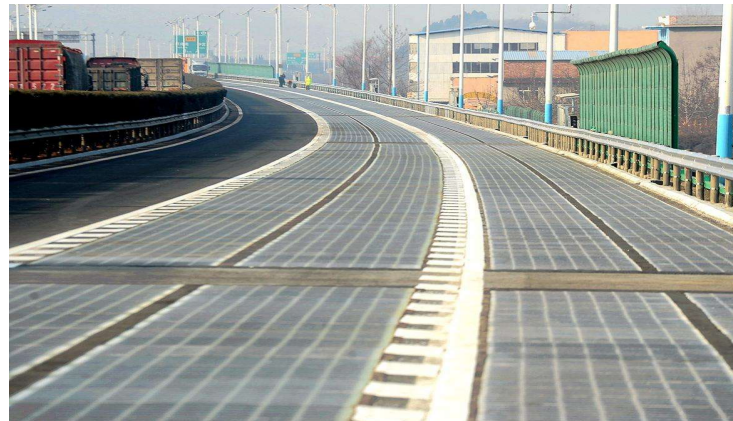
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 7,200 ล้านตันในแต่ละปี



ระบบให้ความร้อน เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุจากหิมะปกคลุมถนนในฤดูหนาว



การประหยัดพื้นที่ทำโซลาร์ฟาร์ม



(ทางหลวงโซลาร์เซลล์)



การนำเอาพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตเป็นกระแสไฟ ลดต้นทุนการผลิตไฟฟ้า



ตัวอย่าง ที่ประเทศจีน รถยนต์ไฟฟ้าชาร์จแบบไร้สายขณะวิ่งบนท้องถนน ขณะที่รถยนต์วิ่งอยู่บนถนนเส้นนี้ก็สามารถ
รับพลังงานไฟฟ้าได้โดยไม่ต้องเสียบสายชาร์จ



Source : <https://youtu.be/v3Rh3yKF4m4>

Case Study: ห้องน้ำรักษ์โลกสามารถผลิตปุ๋ยคอกธรรมชาติ เปลี่ยนเป็นพลังงานไฟฟ้าใช้ภายในอาคาร พร้อมทั้งรับเหรียญในการแลกซื้อของ



“Cho Jae-weon” ศาสตราจารย์ด้านวิศวกรรมสิ่งแวดล้อมและเมือง
จากมหาวิทยาลัย Ulsan National Institute of Science and Technology (UNIST) ผู้คิดค้นนวัตกรรม



483 Comments Share Save Hide Report

97% Upvoted



‘Beevi toilet’ โถชักโครกเปลี่ยนอุจจาระเป็นพลังงานในอาคาร พร้อมทั้งสามารถแปลงเป็นเหรียญดิจิทัลใช้ซื้อของในมหาวิทยาลัยของเกาหลีใต้

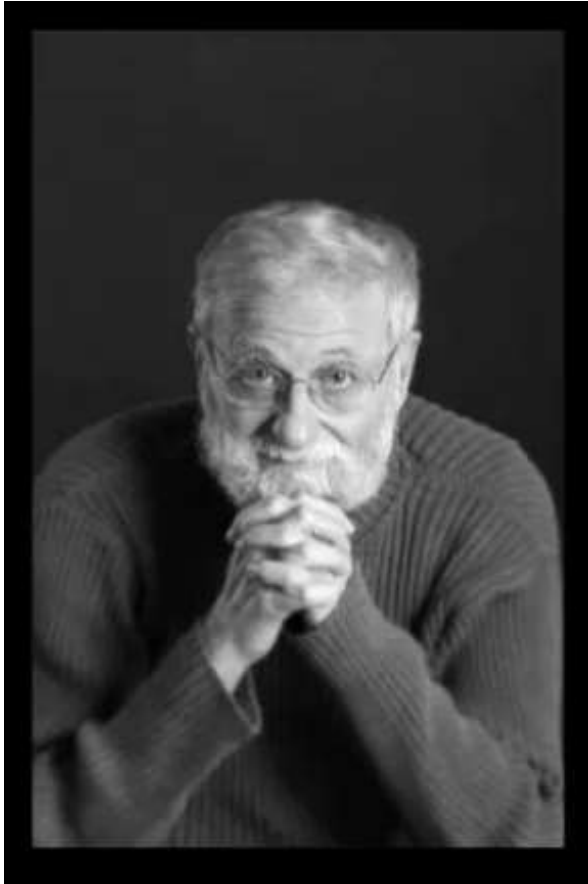


ตัวโถจะใช้ปั๊มสุญญากาศ เพื่อส่งอุจจาระไปยังถังใต้ดิน เป็นการลด **การใช้น้ำ** ภายในถังกักเก็บจะมีจุลินทรีย์ย่อยสลายอุจจาระเป็น **ก๊าซมีเทน** เพื่อผลิตไฟฟ้าเป็นพลังงานให้อาคารต่าง ๆ หรือใช้ใน **ห้องครัว** ไปจนถึงใช้ในห้องทดลองวิทยาศาสตร์ด้วย



โดยปกติแล้ว **อุจจาระของมนุษย์**จะมีน้ำหนักเฉลี่ยที่ 500 กรัมต่อวัน ซึ่งแปลสภาพเป็นก๊าซมีเทนได้ 50 ลิตร สร้างไฟฟ้าได้ 0.5 กิโลวัตต์ หรือใช้เป็นพลังงานให้รถไฟฟ้าวิ่งได้ 1.2 กิโลเมตร

การเริ่มต้นออกแบบ คือ การค้นหาถึงสภาพปัญหาที่แท้จริง มากกว่าการมุ่งค้นหาที่ตัวแนวทางการแก้ไข ดังนั้นแล้วการเก็บข้อมูลที่มีหลักฐานรองรับจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมาก



“

Designers (...) don't try to search for a solution until they have determined the real problem, and even then, instead of solving that problem, they stop to consider a wide range of potential solutions. Only then will they finally converge upon their proposal. This process is called “design thinking”

”

— Don Norman —

Donald Norman นักวิทยาศาสตร์การตัดสินใจ (Cognitive scientist) ได้เข้าร่วมทีมกับบริษัท Apple ในช่วงปี 90s ในฐานะ User Experience Architect ทำให้เขาเป็นคนแรกที่มีคำว่า UX ในชื่อตำแหน่ง

ในส่วนของขั้นตอนแรก Empathy จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าใจความคิด พฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ส่งผลให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมและตรงใจมากที่สุด



Empathy หรือความเข้าใจ คือทักษะที่สำคัญอย่างมากในการเข้าใจผู้รับบริการหรือลูกค้าให้มากที่สุด ก่อนจะพัฒนาอะไรใหม่ๆ หรือให้บริการให้ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริง



สามารถจินตนาการเหมือนเอาตัวเองเข้าไปอยู่สถานการณ์ของอีกฝ่ายได้ เข้าใจถึง “เหตุผล” ของความคิด อารมณ์ และประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของอีกฝ่ายมากขึ้น



Think and Feel ลูกค้าคิดและรู้สึกอย่างไร?

- ทำความเข้าใจว่า ในความคิดและความรู้สึกของลูกค้าอะไรคือสิ่งที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมาย
- ความรู้สึก คุณค่า ที่ให้ ความกลัว ความเชื่ออะไรที่มีผลต่อลูกค้า



Hear ลูกค้าได้ยินอะไร?

- ลูกค้าได้ยินเรื่องราวต่างๆ ในปัจจุบันจากใคร และได้ยินอะไร
- สื่อด้านไหน Social media อะไรที่เขาได้ยิน (และมีผลต่อความคิดและการกระทำของเขา)



See ลูกค้ามองเห็นอะไร?

- ในทุกวัน ลูกค้าเห็นอะไรบ้าง และเห็นจากที่ไหนหรือสื่ออะไร
- สิ่งที่เขาเห็นมีผลอะไรต่อตัวเขา หรือปัญหาอะไรที่ลูกค้ามักจะเห็นเป็นประจำ



Say and Do ลูกค้าพูดและทำอะไรบ้าง?

- อะไรคือพฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออก หรือพูดออกมา
- ลูกค้าพูดถึง หรือเล่าเรื่องอะไรให้คนอื่นฟังบ้าง



Pain and Gain ปัญหาและความต้องการของลูกค้าคืออะไร?

- อะไรคือปัญหา หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความเจ็บปวดกับลูกค้ามากที่สุด
- อะไรที่ลูกค้าต้องการ อยากได้ อยากมี หรืออยากสำเร็จในชีวิต

หลักการ Empathize ลูกค้า



Observe

คอยสังเกตการกระทำ พฤติกรรม หรือสิ่งที่ลูกค้าพูด



Ask & Listen

ใช้ทักษะการฟังอย่างลึกซึ้ง Active Listening เพื่อ



Engage

มีปฏิสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าโดยตรง



Fully Immersed

เข้าใจประสบการณ์และ Customer Journey

ความเข้าใจในเรื่อง “เส้นทางของผู้บริโภค” (Customer Journey) และ “ประสบการณ์ของผู้บริโภค” (Customer Experience) ในแต่ละขั้นตอน สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของลูกค้าอย่างแท้จริง

5 STAGES OF THE CUSTOMER JOURNEY



AWARENESS



ENGAGEMENT



EVALUATION



PURCHASE



POST-PURCHASE



Visualize each stage

—Including actions, pains and feelings occurring in the stage.

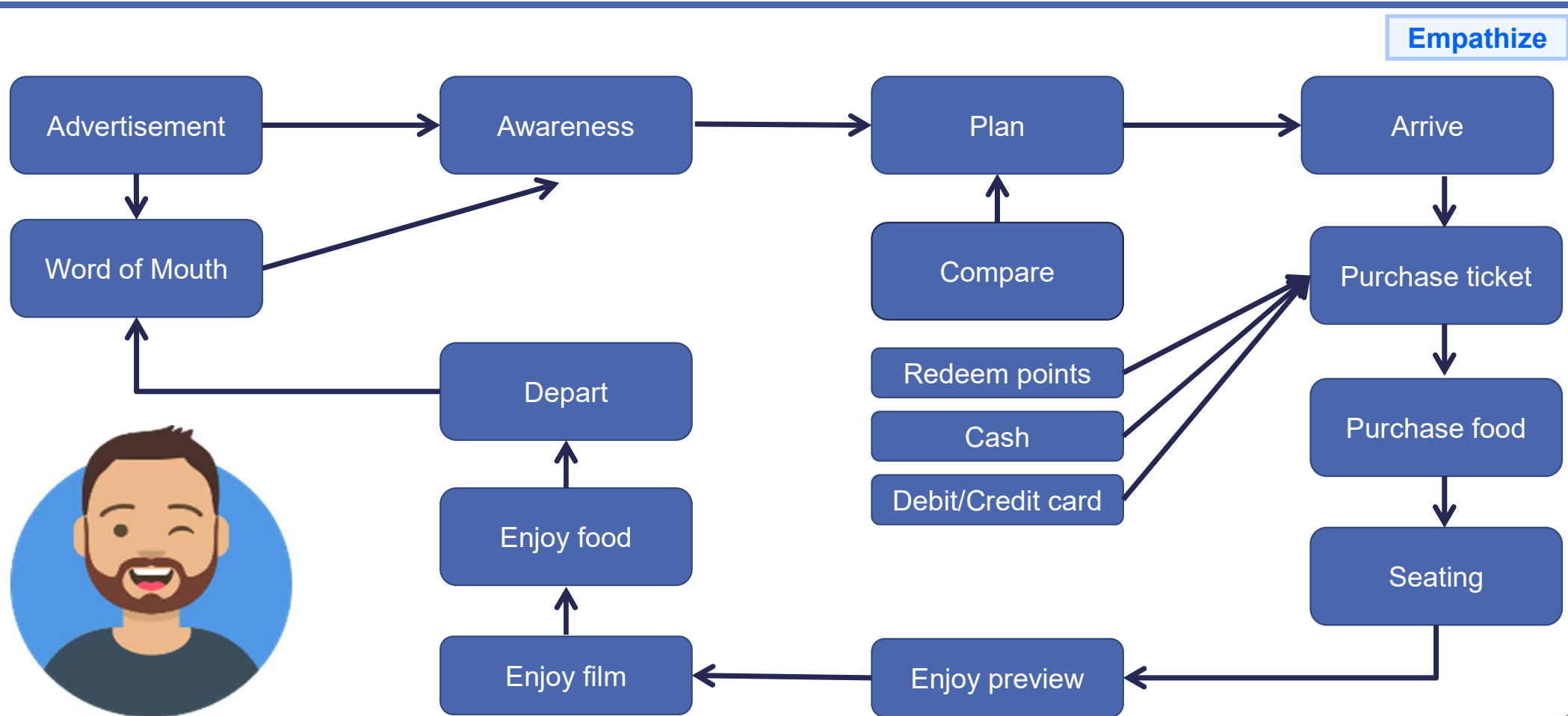


Observe how the actual customer navigate through each stage



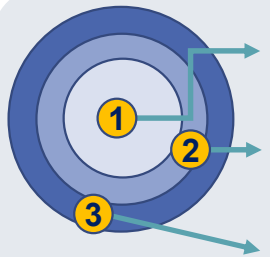
There **may be more than 5 stages** and the stages may change depending on the nature of product/service.

การทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าหรือผู้บริโภคลดทั้งเส้นทาง ตั้งแต่ก่อนการรับรู้ถึงสินค้า/บริการ ระหว่างการบริโภคและหลังการบริโภค จะทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด



สิ่งที่สำคัญที่สุด คือการเชื่อมโยงความต้องการและปัญหาของลูกค้า เข้ากับเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร เพื่อหาสมดุลย์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิต และนำไปสู่ความสำเร็จของสินค้า บริการ และกระบวนการนั้นๆ

Tips and Tricks:



WHY (Motivation) Very few can clearly articulate WHY they do WHAT they do

HOW (Process) Some companies know HOW they do WHAT they do

WHAT (Product) Every company on the planet knows WHAT they do

RIGHT PEOPLE

People who have faced the problem



RIGHT TIME

Recently faced the problem, especially if it's a low significant concern for users



RIGHT QUESTION

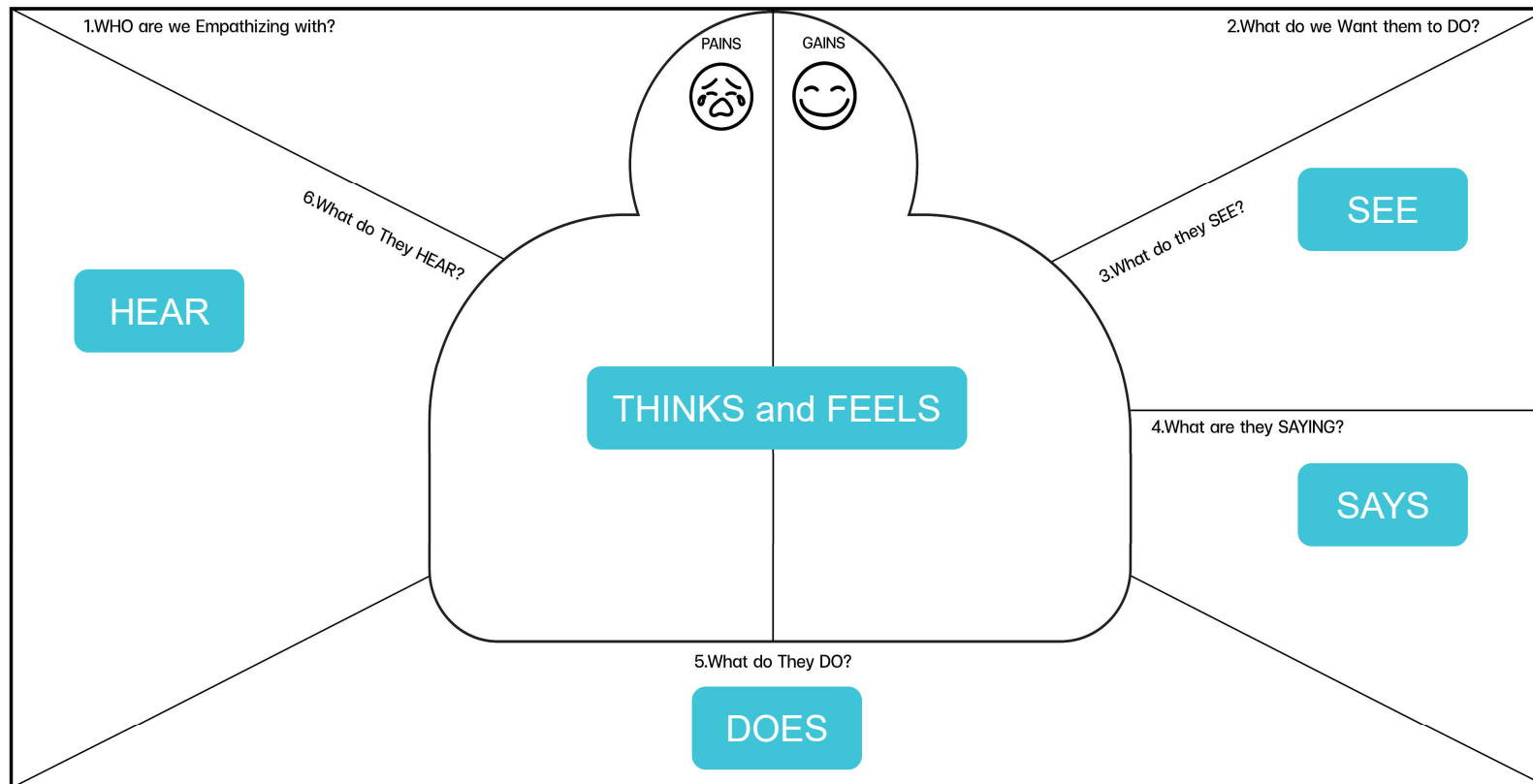
What are they currently using to solve the problem?
Why are they using it?
What did they switch from?



Empathize

Empathy Map คือแผนผังที่แสดงถึงการศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทั้งความสนใจ ทักษะความสามารถ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต เพื่อเข้าถึงมุมมองความคิด สนคติ ความต้องการ และการกระทำของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง

Empathize



- An **empathy map** is a collaborative tool teams can use to gain a deeper insight into their customers.
- An **empathy map** can represent a group of users, such as a customer segment.
- The **empathy map** was originally created by Dave Gray and has been gaining popularity with the agile community

Empathy Map Canvas

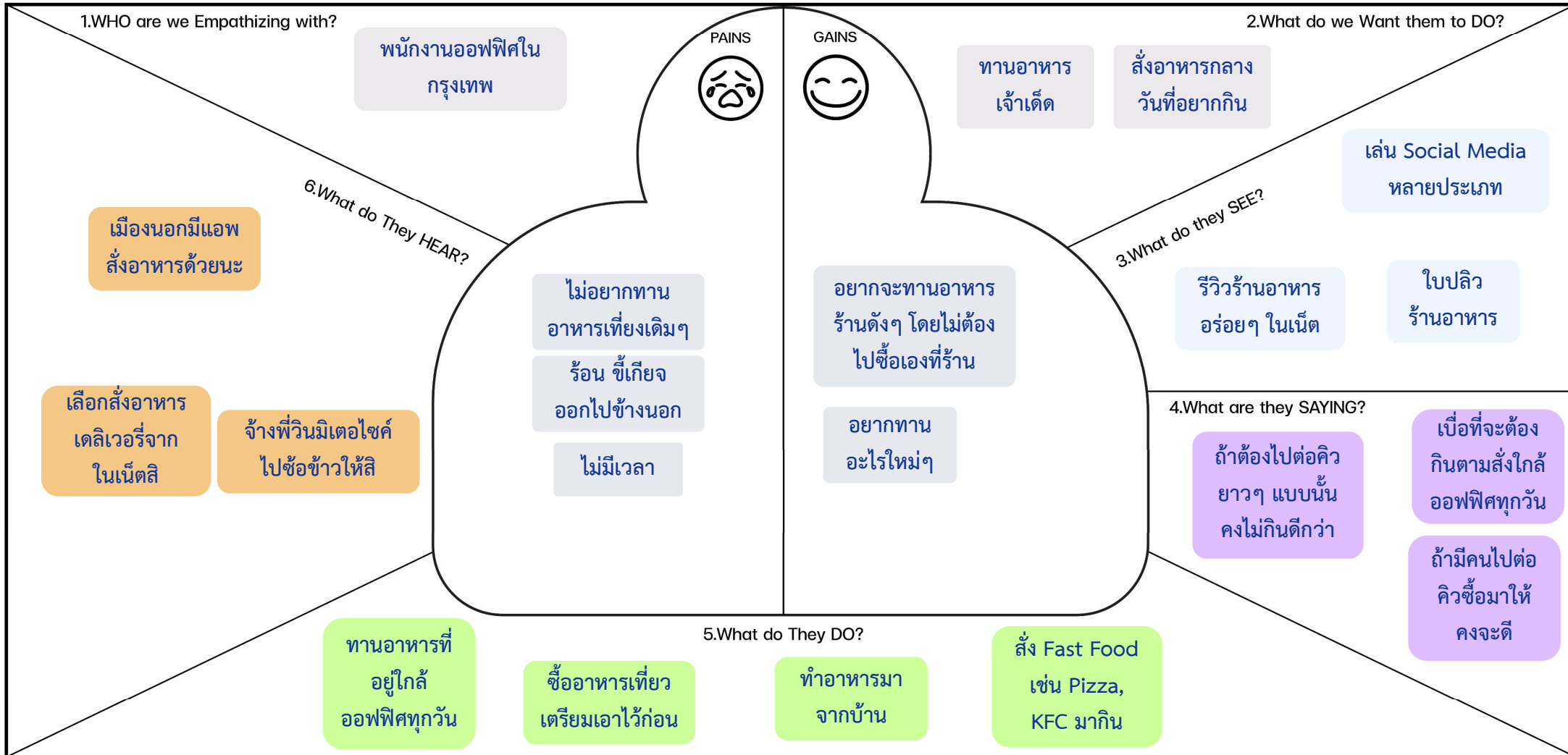
Project :

Date :

Version :

Challenges :

T PLUS⁺
T Plus Interserve Co., Ltd.



Empathy Map Canvas WORKSHOP 4

Empathy Map Canvas

Project :	Date :	Version :
Challenges :		



1.WHO are we Empathizing with?	PAINS 	GAINS 	2.What do we Want them to DO?
	3.What do they SEE?		
6.What do They HEAR?	4.What are they SAYING?		5.What do They DO?

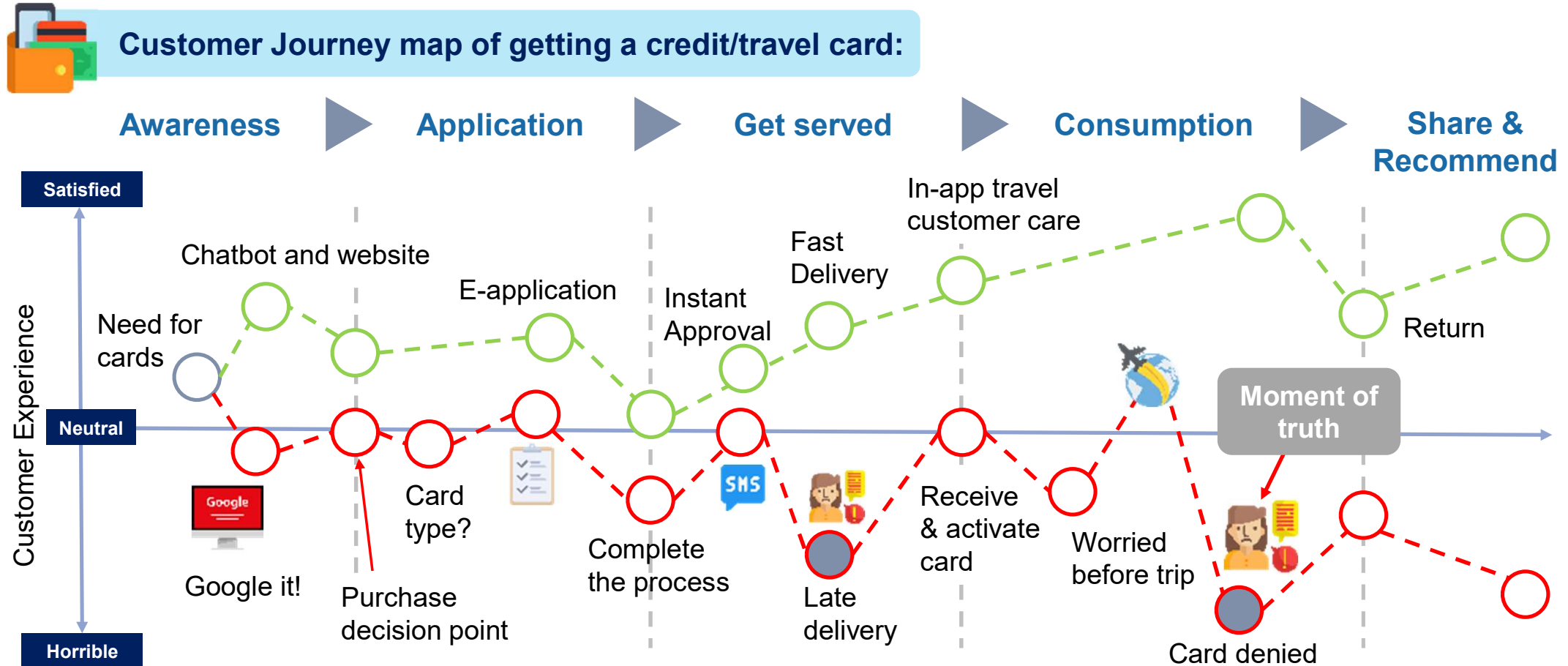


Instruction:

- Each member choose a target user/stakeholder and do the Empathy Map Canvas Individually
- Share your insights with the team
- As a group, collectively complete the big Empathy Map Canvas
- Present the understandings



วินาทีในการสร้างความประทับใจ (Moment of Truth) เป็นช่วงเวลาที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนความประทับใจต่อแบรนด์ สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจในแง่บวก หรือความผิดหวังในแง่ลบก็ได้





Customer Journey Canvas Online Shopping Team:

Touch points

What are brand's points of customer contact?

Customer Needs

What are the customer's basic needs at this moment?

Activities

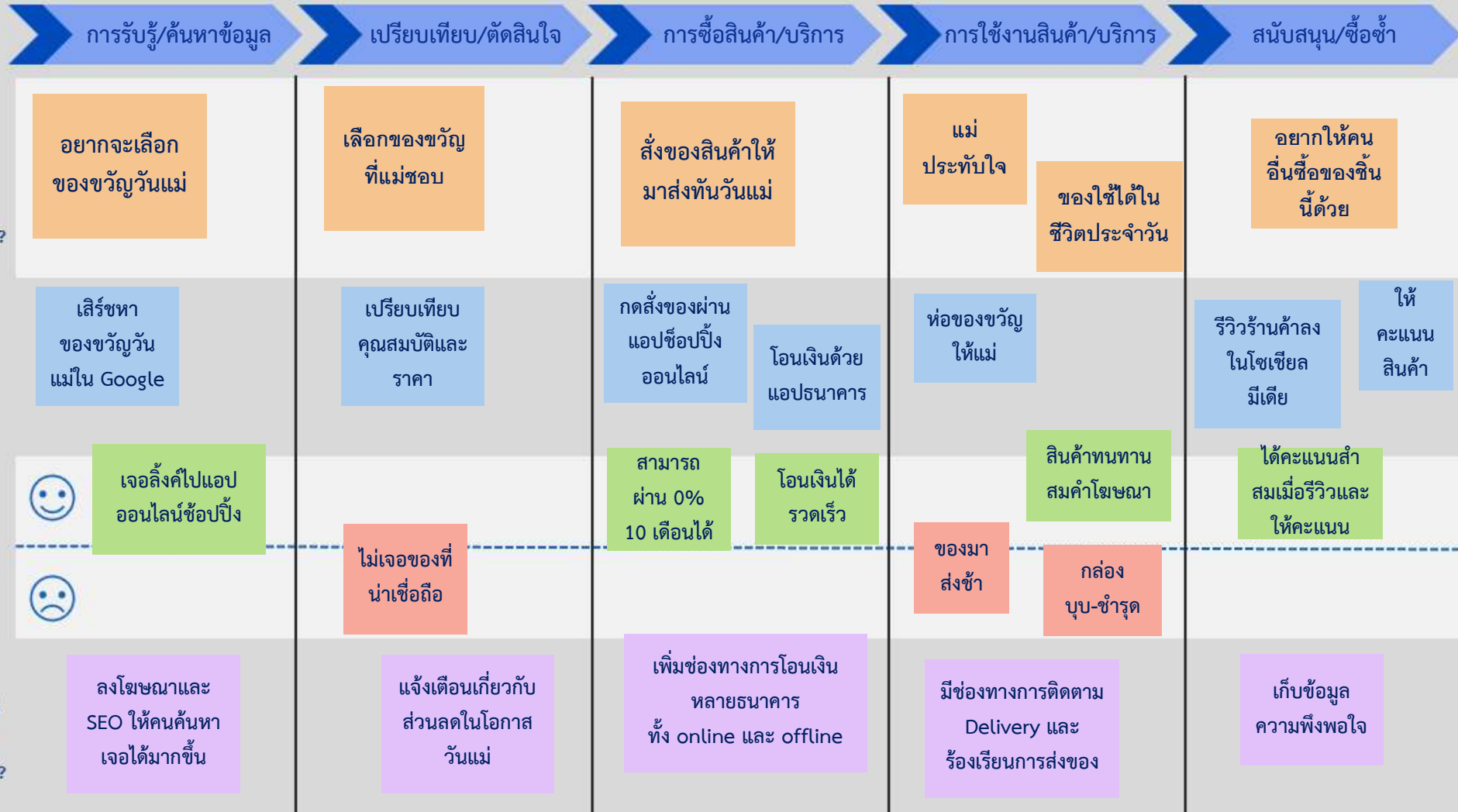
What are the customer's actions?

Satisfaction

How satisfied is the customer at this moment?

Opportunities

What are some experience and pain points of the customer that we can solve?



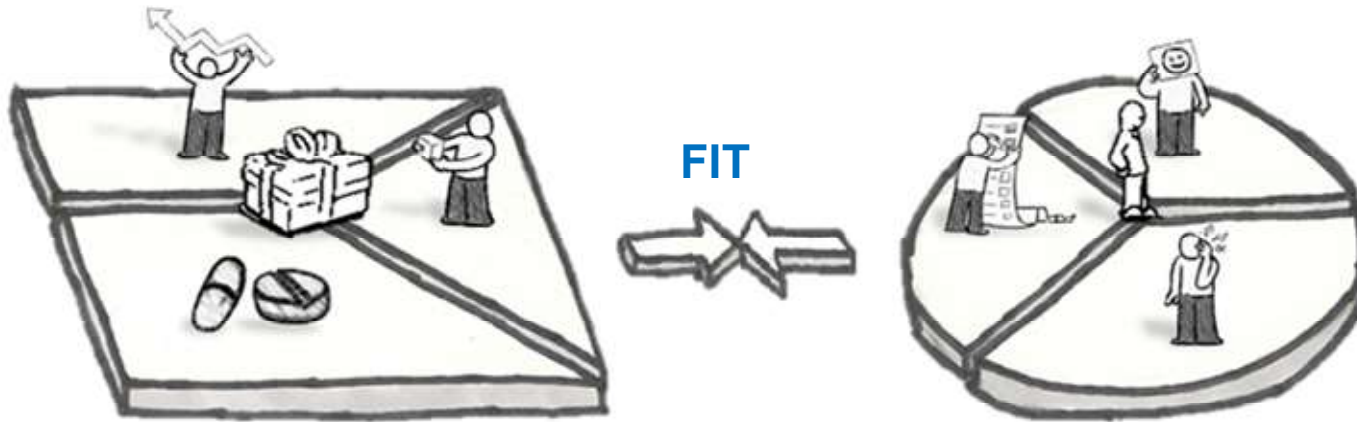
Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas)
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



การแก้ปัญหาแบบ Problem-Solution Fit จะช่วยสร้างสรรค์แนวทางแก้ปัญหาที่ตอบโจทย์ความต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาดได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้เกิดสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียหรือนักท่องเที่ยว



เป้าหมายคือการสร้างสมดุลและเชื่อมโยงทั้งสองฝั่งแบบ “Problem-Solution Fit”

Value Map

อธิบายถึงแผนที่จะสร้างคุณค่าหรือแก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือจะสร้างผลประโยชน์ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าได้อย่างไร

Customer Profile

ทำความเข้าใจลูกค้าของคุณให้ชัดเจน ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะต่างๆ ของลูกค้า ความต้องการ และปัญหาที่พบเจอ

* Value Proposition describe “the benefits” customers can expect from your products and services

การสร้างโปรไฟล์ผู้บริโภค จะช่วยระบุความรับผิดชอบ ปัญหา และความคาดหวังของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการสร้างความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับผู้บริโภค

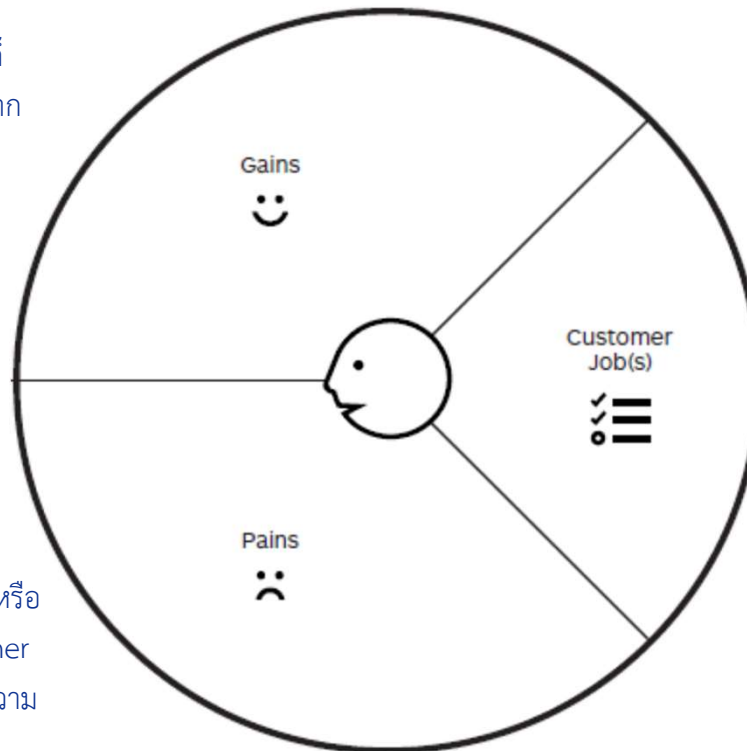
Define

The Customer Profile หรือ โปรไฟล์ของลูกค้า อธิบายถึงรายละเอียดของกลุ่มลูกค้า (Customer Segment) ในโมเดลธุรกิจของคุณ โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) Customer Jobs 2) Gains และ 3) Pains

- 3 **Gain:** ส่วนต่อขยายจาก Customer Jobs ซึ่งก็คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากสินค้าและบริการ และสิ่งที่จะสร้างความประทับใจให้ลูกค้า



- 2 **Pains:** คือปัญหา สิ่งที่ไม่ชอบไม่ต้องการหรือพยายามหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ต้องเผชิญใน Customer Job รวมไปถึงความกลัวที่อยู่ในใจลูกค้า หรือความเชื่อผิดๆ ที่มีต่อสินค้าและบริการ



- 1 **Customer jobs:** ระบุว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะทำ ความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามีอะไรบ้าง ทั้งในส่วนที่สามารถจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ ถูกเปรียบเสมือนเป็นงาน(Jobs) ของลูกค้านั่นเอง



โปรไฟล์ของผู้บริโภคจะช่วยอธิบายกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยพัฒนารูปแบบธุรกิจตามรายละเอียดความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค



Customer Jobs

1) Functional Jobs

เมื่อลูกค้าพยายามที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ หรือแก้ไขสิ่งที่เป็นปัญหาสำหรับเขา

2) Social Jobs

เมื่อลูกค้าต้องการที่จะมีภาพลักษณ์ที่ดีหรือเสริมอำนาจ/ฐานะ ลูกค้าต้องการให้คนอื่นมองเขาเป็นอย่างไร

3) Personal Jobs

เมื่อลูกค้าแสหาความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เฉพาะเจาะจง เช่น ความรู้สึกดี ความรู้สึกปลอดภัย



Customer Pains

1) Undesired outcomes

ความเจ็บปวด (Pain) เป็นได้ทั้งฟังชั่น สังคม หรือความรู้สึก สิ่งเหล่านี้อาจครอบคลุมถึงคุณลักษณะที่ลูกค้าไม่ชอบ

2) Obstacles

อุปสรรค (Obstacles) คือสิ่งที่ขัดขวางที่ทำให้ลูกค้าไม่ได้ในสิ่งที่เขาต้องการ หรือทำให้การได้มาของสิ่งที่เขาต้องการช้าลง

3) Risk

สิ่งที่อาจผิดพลาดได้และมีผลตามมาที่ไม่ดี



Define

Customer Gains

1) Required gains

รับสิ่งที่ต้องการโดยปราศจากอุปสรรค เป็นความคาดหวังพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการ

2) Desired gains

เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการนอกเหนือจากความคาดหวังจากทางออกที่นำเสนอให้กับลูกค้า และถ้าหากได้มาลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ สามารถสร้างได้จากการสอบถามลูกค้า

3) Unexpected gains

เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการที่นอกเหนือความคาดหวังและความปรารถนา ลูกค้าไม่สามารถบอกได้ว่าต้องการสิ่งนี้แม้ว่าจะสอบถามเขา

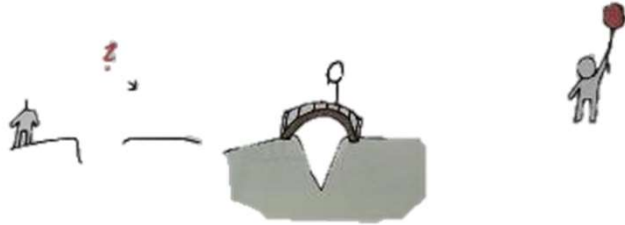
ในขั้นตอนการสร้างไอเดีย จะต้องให้ความสำคัญกับจำนวนไอเดียมากกว่าคุณภาพของไอเดีย โดยไม่ควรตัดสินไอเดียของผู้อื่น และควรจะช่วยกันต่อยอดจากไอเดียของกันและกัน หลังจากนั้นจึงค่อยคัดเลือกไอเดียเพื่อนำไปพัฒนาต่อไป

การสร้างไอเดีย “Ideate” มุ่งไปที่การสร้างความคิดและไอเดียการแก้ปัญหาจำนวนมากที่สุด → เพื่อให้สามารถคิดทางออกของปัญหาที่เหมาะสมมากที่สุด

Ideate

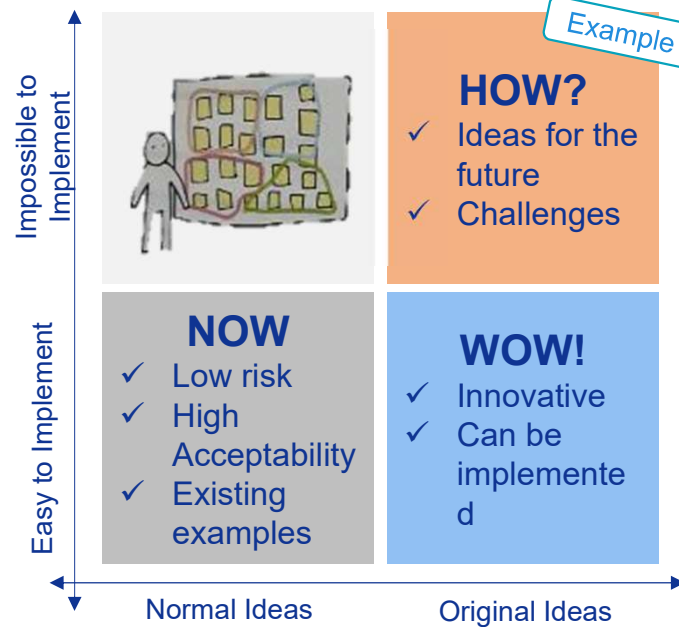
1 การสร้างไอเดีย

- ✓ ใช้โพสต์อิท (sticky notes)
- ✓ เน้น “จำนวน” ไม่เน้น “คุณภาพ”
- ✓ เน้นความหลากหลายและความสร้างสรรค์
- ✓ ไม่ตัดสินกัน!
- ✓ ไม่มี “ไอเดียที่ไม่ดี”
- ✓ “ความแปลกใหม่” สำคัญกว่า “การใช้ได้จริง”
- ✓ เปิดรับ ไอเดียบ้าๆ
- ✓ ต่อยอดไอเดียของกันและกัน “Yes, and...”



2 การจัดหมวดหมู่ไอเดีย

จัดหมวดหมู่ตามความเร่งด่วนและความเกี่ยวข้องกับปัญหา



3 การเลือกไอเดีย

- 1) เลือกไอเดียที่สอดคล้องไปกับเป้าหมาย
- 2) อธิบายไอเดียให้เห็นภาพ รวมถึงกระบวนการที่จะแก้ไขปัญหานั้น ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จ
- 3) สรุปไอเดีย



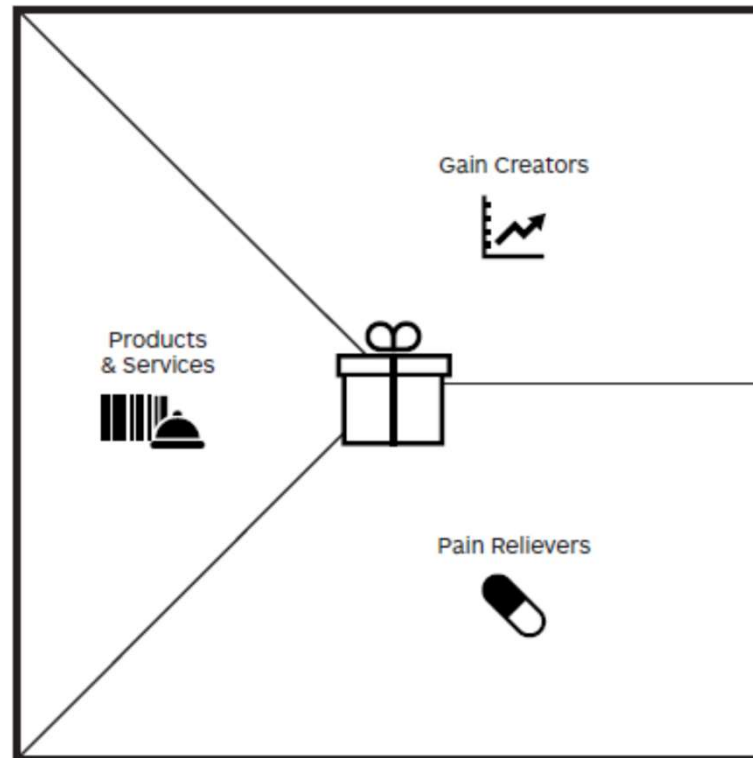
การสร้างแผนผังคุณค่า (Value Map) จะช่วยให้สามารถออกแบบสินค้าหรือบริการที่มีรายละเอียดการแก้ไขปัญหา การสร้างคุณค่า โดยจะตอบโจทย์และเชื่อมโยงกับความต้องการ ปัญหา และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แผนผังคุณค่า (Value Map) คือกลุ่มของคุณสมบัติที่แสดงถึงคุณค่าที่ส่งมอบให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Value Proposition)

- 1 Product and services
รายการของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุณส่งมอบให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



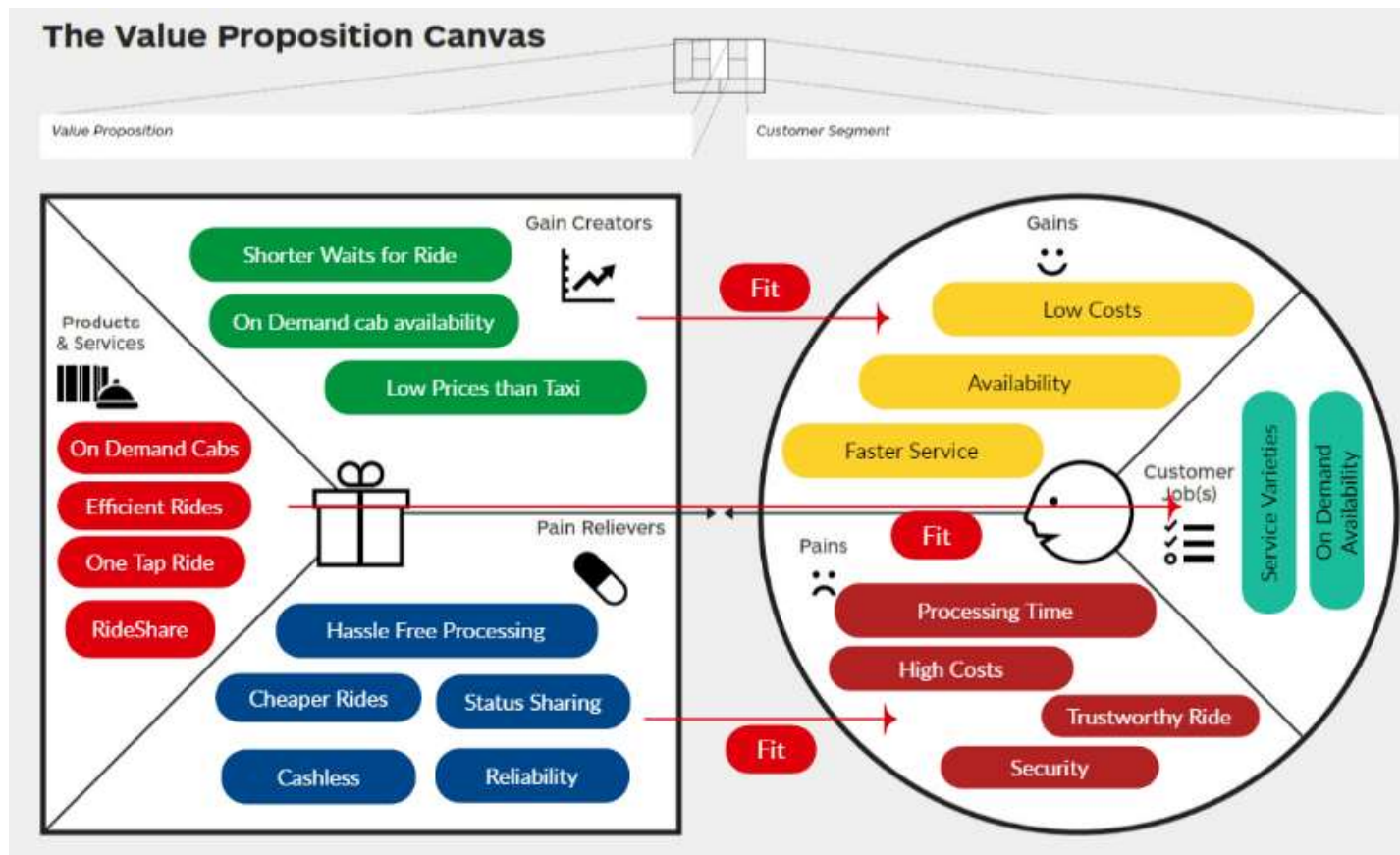
The Value Map



- 3 Gain creators
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณให้สิ่งที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการอย่างไร
- 2 Pain Relievers
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณบรรเทาความเจ็บปวดหรือแก้ไขปัญหของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างไร

กรณีตัวอย่างจาก Uber ที่ทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานและคนขับรถ ซึ่งจะมีความต้องการใช้บริการและฟังก์ชันที่แตกต่างไปจากคนขับรถแท็กซี่ทั่วไป

ตัวอย่าง



Uber

บริษัทที่เข้าใจปัญหาของลูกค้า(Customer Pains) เป็นอย่างดีและสามารถสร้างบริการที่เติมเต็มความต้องการของลูกค้า



แอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ขับกับผู้ให้บริการสามารถติดต่อกันได้โดยตรงไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม

Workshop 5:

การรับมือกับการ
เปลี่ยนแปลงของ
เทคโนโลยีดิจิทัลใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ระดมความคิดเห็น 30 นาที

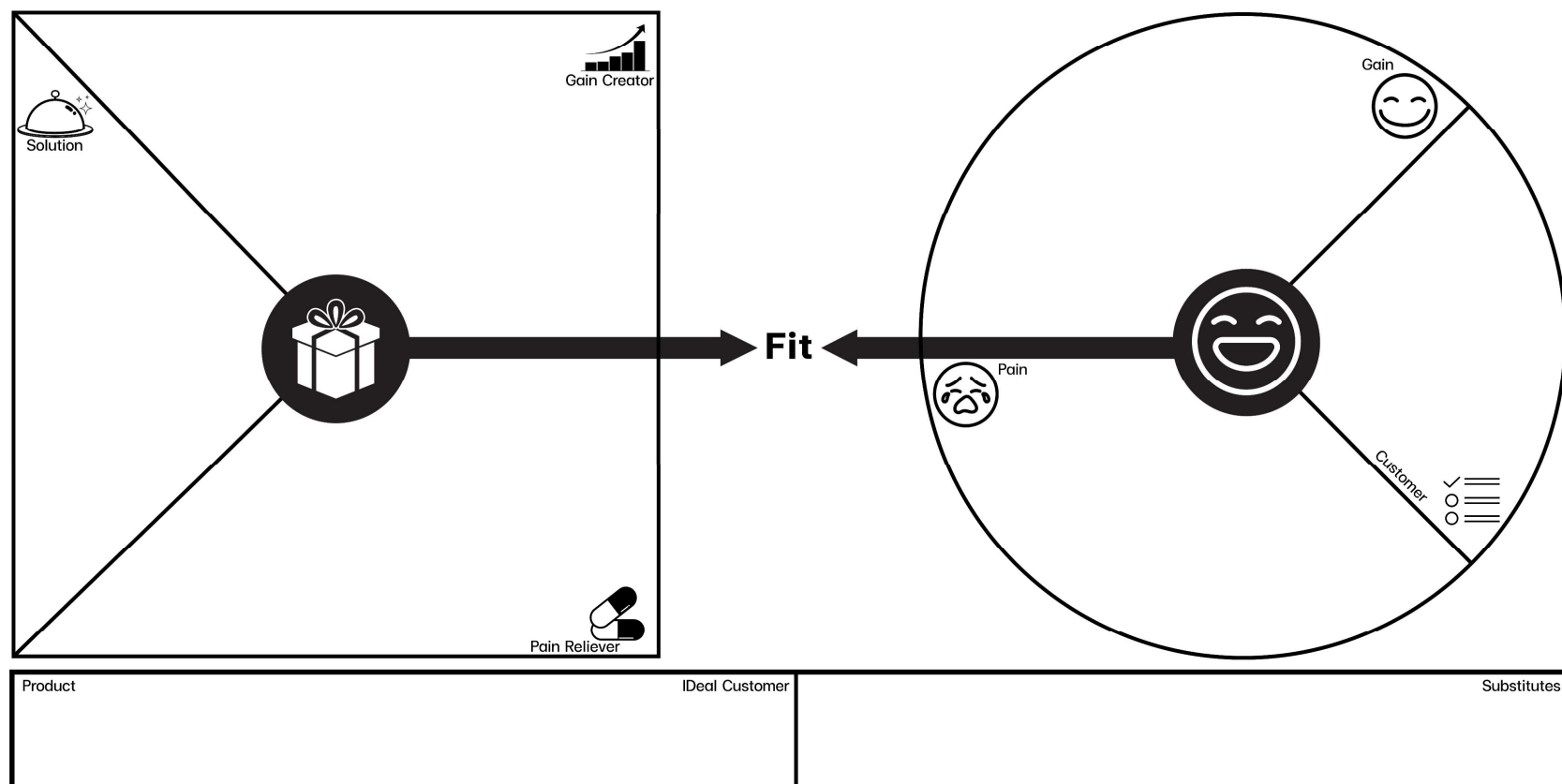
Value Proposition Canvas

Project :

Date :

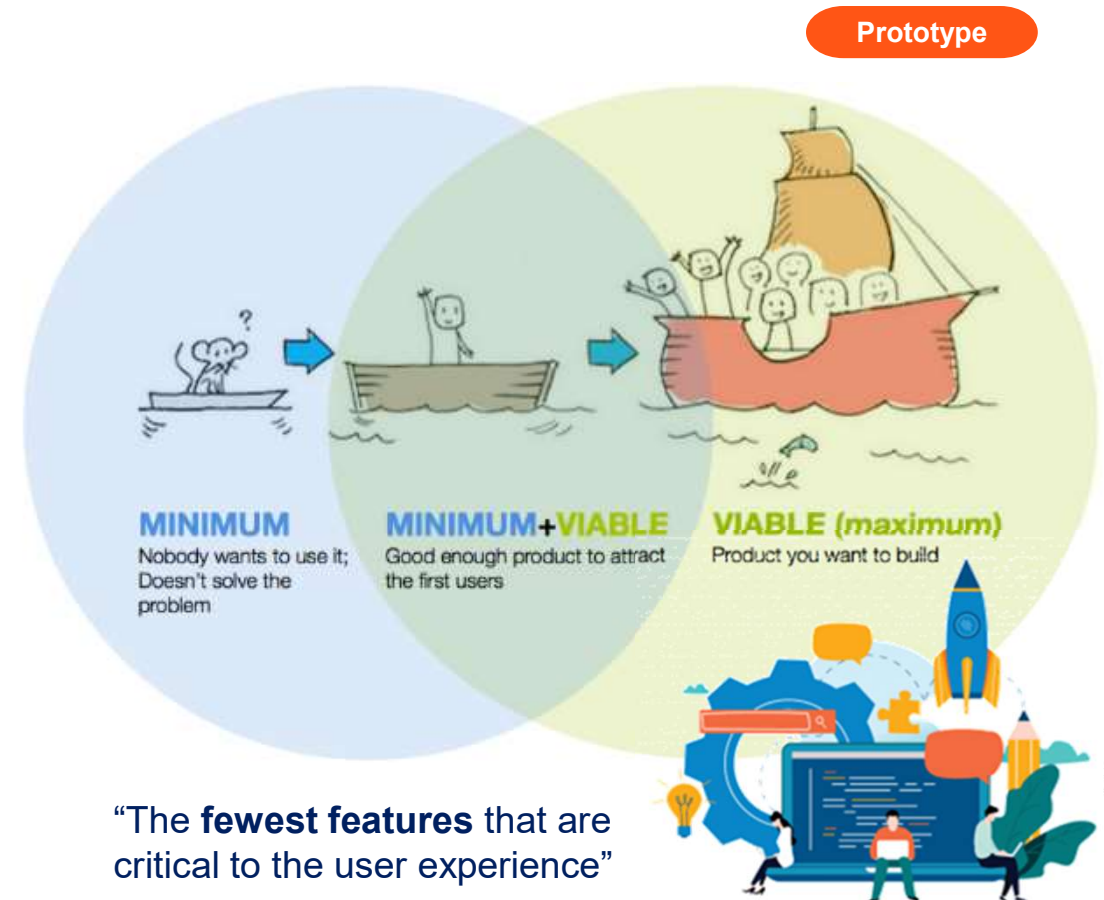
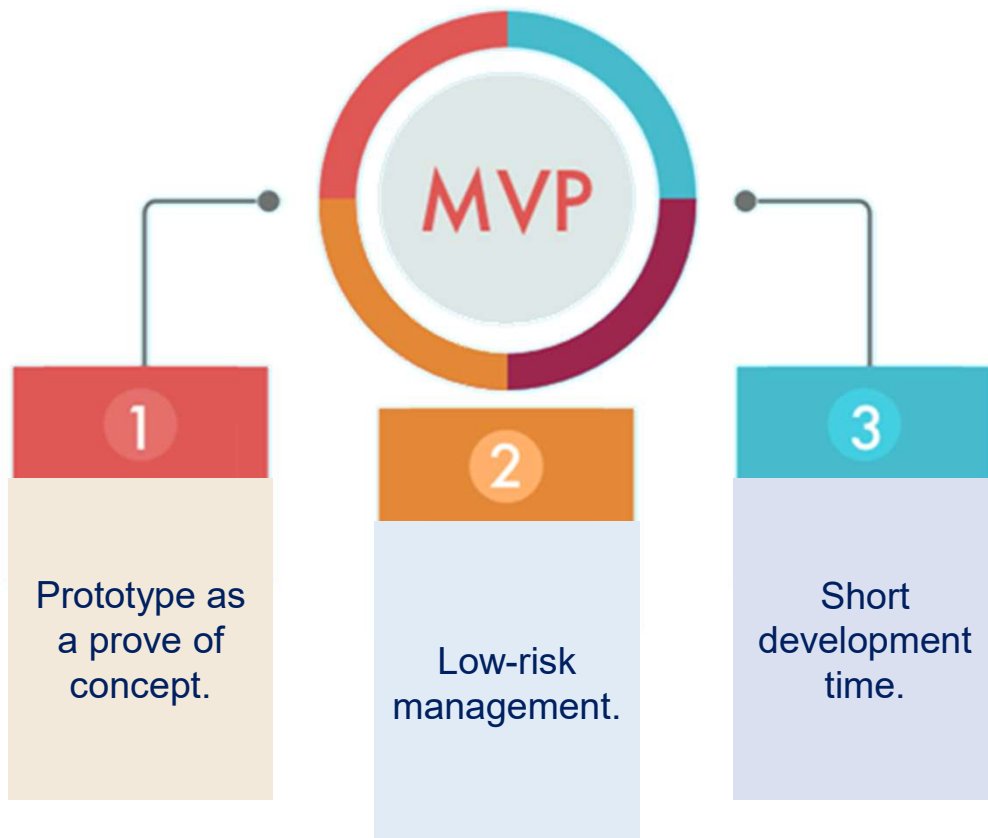
Version :

Challenges :

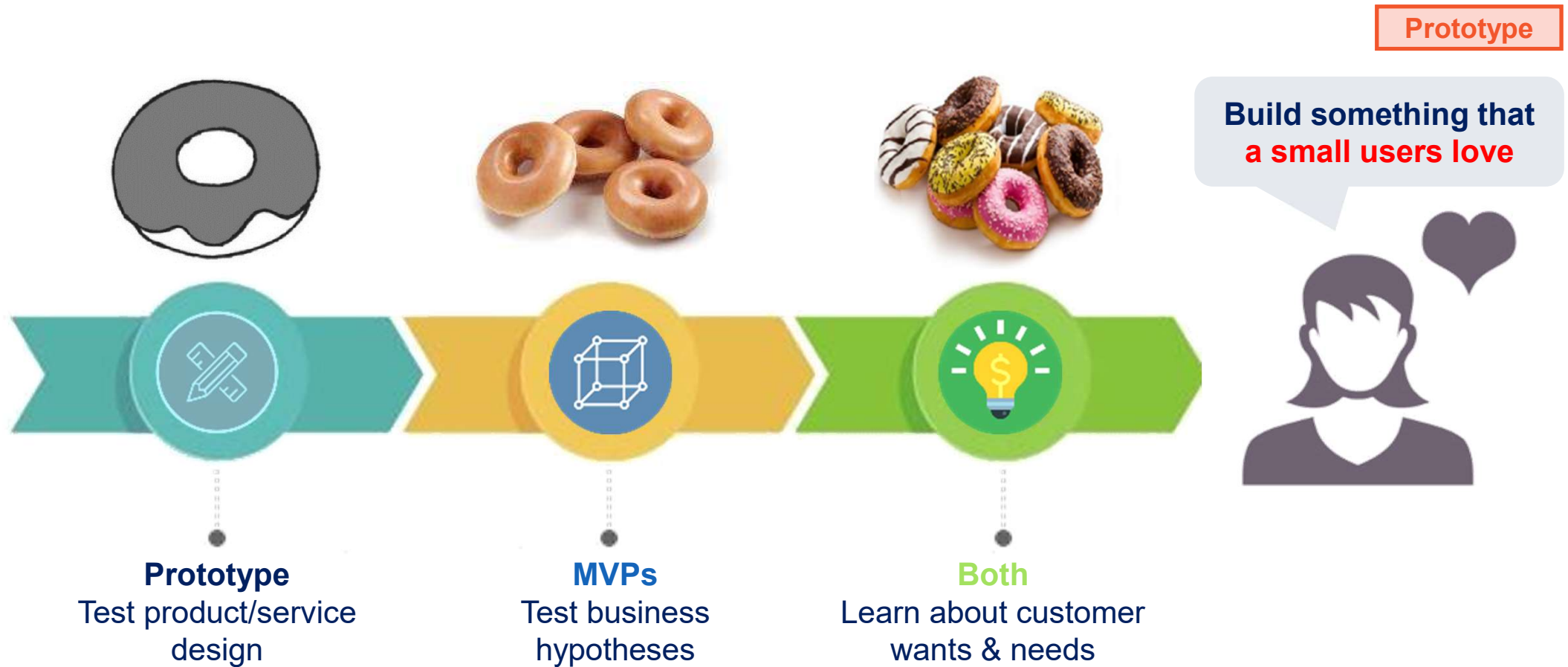


Minimum Viable Product (MVP) คือการสร้างคุณลักษณะอย่างน้อยที่สุดของผลิตภัณฑ์ ด้วยงบประมาณและเวลาที่ต้องที่สุด เพื่อใช้ในการประเมินตลาดได้ ช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะและใช้ในการปรับปรุงได้อย่างคุ้มค่า

The Advantage of an MVP Development



การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยวิธี MVP จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดลองตลาดได้ ช่วยสร้างความพึงพอใจขั้นต้นให้กับลูกค้า เก็บรวบรวมความคิดเห็น และใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

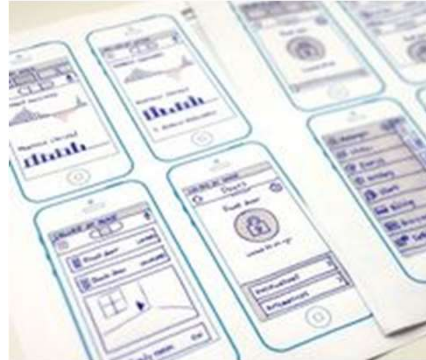


ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจะอยู่ในรูปแบบของ สินค้าตัวอย่าง โมเดลผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่ปล่อยตัวเพื่อทดลองตลาด โดยมี จุดประสงค์หลักคือการทดลองสินค้าหรือบริการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

Story Board



Sketch Wireframes



Model



Prototype

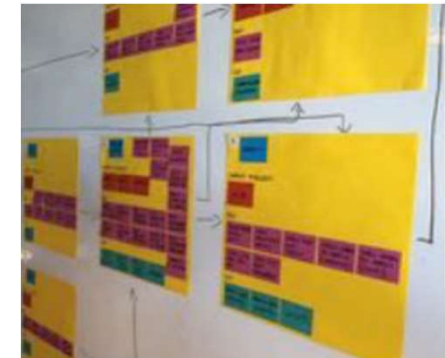
Role Playing



Business Origami

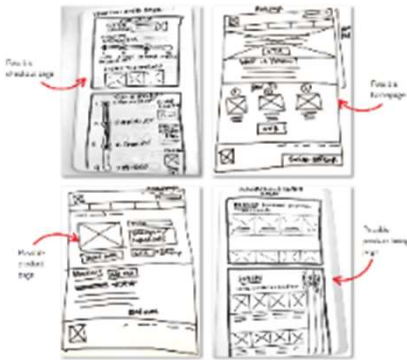


Process Visuals



การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ สามารถทำได้ด้วยการสร้าง Wireframes ทั้งในแบบการวาดรูปหรือการใช้โปรแกรมเฉพาะทาง เพื่อให้เห็นภาพการใช้งานในภาพรวม และทำให้ง่ายในการพัฒนาต่อไป

Prototype



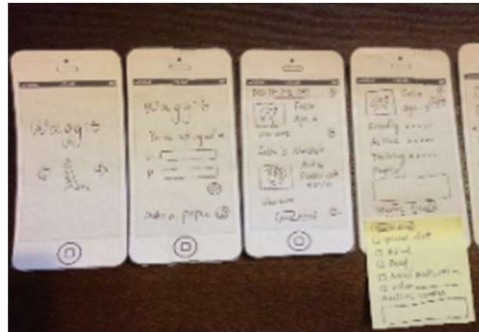
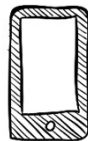
Low Fidelity (Sketches)

Fidelity: Low

Show: Idea, Mind process

Use: Communicate, Fail, Think, Experiment, Generate ideas

How: Handdrawn



Mid Fidelity (Paper Prototypes)

Fidelity: Middle

Show: Main group of content, UI proportion, Information structure.

Use: Communicate, Document, Interact, Test, Gather Feedback

How: Hand-drawn



High Fidelity (Clickable Prototypes)

Fidelity: High

Show: Visualize content

Use: Document, Gather Feedback, Buy-In

Analog: Architectural layout

How: Photoshop, Illustrator, Any graphic tools.



โปรแกรม Adobe XD เป็นหนึ่งในโปรแกรมที่ช่วยออกแบบประสบการณ์การใช้งาน (User Experience Design) ทำให้จำลองต้นแบบของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันได้เสมือนจริง แบบ Hi-Fidelity Prototyping และแก้ไขได้อย่างง่ายดาย

Adobe Experience Design



- ✓ **The fastest way** to design, prototype, and share any user experience
- ✓ **Flexible** prototyping tool for UX and UI design
- ✓ Create high-fidelity designs in **fewer steps**

Key Features



From wireframe to live prototype.



Collaboration made simple



Auto-animate artboard transitions



Preview and test on any device

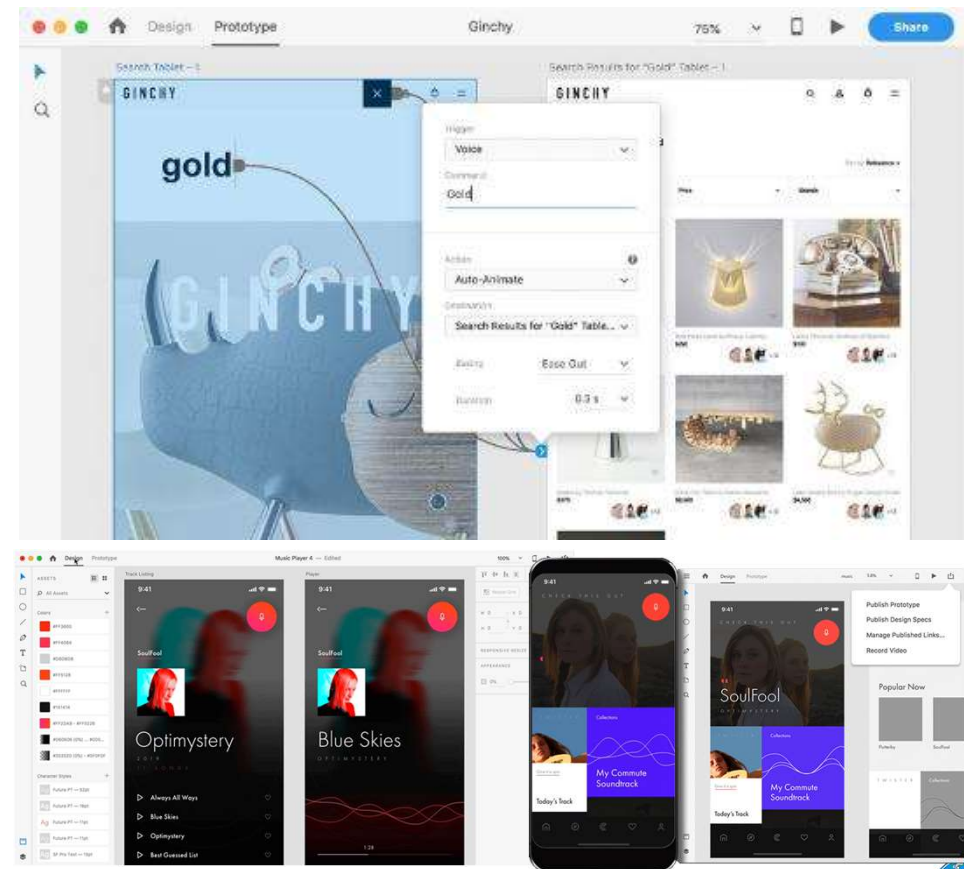


Perform on both Mac and Windows



Voice prototyping

Prototype



ขั้นตอนการทดลองจะเป็นการทดสอบและการระบุข้อควรพัฒนาของสินค้าหรือบริการ ในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์ อธิบายขั้นตอนการใช้งาน และเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะกลับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

Test

Ways to Solicit Feedback

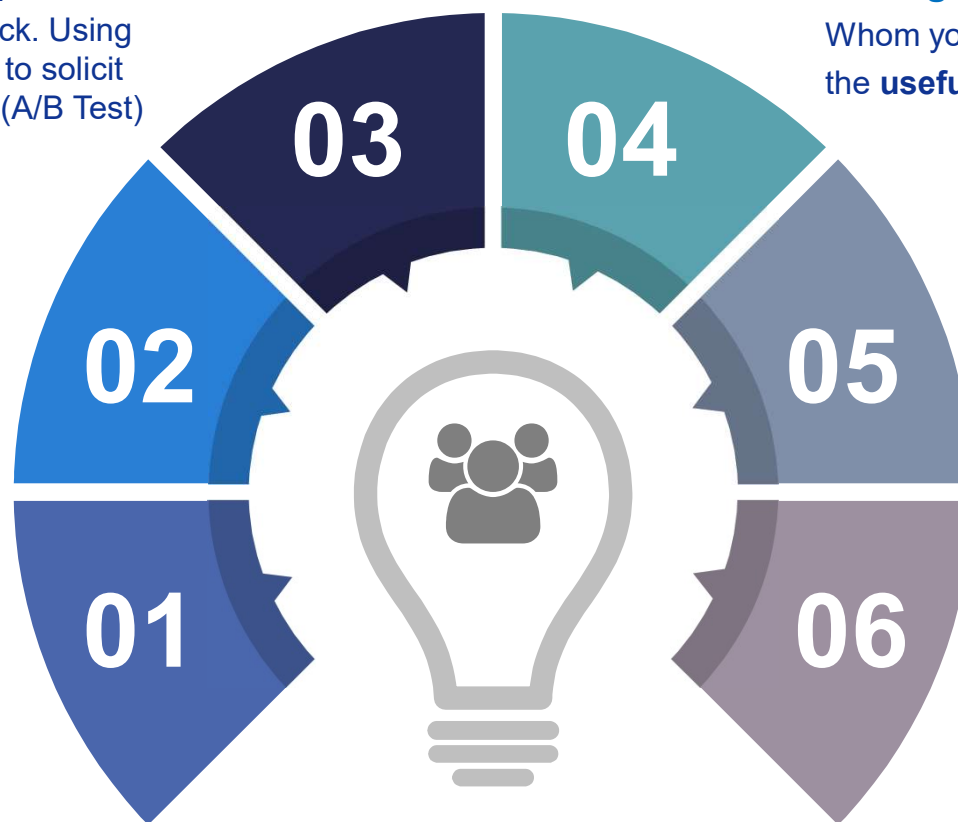
Testing out **several versions of your prototype** on users to gather feedback. Using the “**I Like, I Wish, What If**” method to solicit honest feedback in testing sessions. (A/B Test)

Ask the Right Questions

Be sure about what **exactly you are testing for**. Focus on finding out the positive and negative feedback relating to usability.

Adapt While Testing

Try to adopt a **flexible mindset** in order to get the best feedback from your users.



Test Your Prototypes on the Right People

Whom you test your prototypes on will affect the **usefulness** and relevance of their feedback.

Be Neutral When Presenting Your Ideas

Try to be as **objective** as you can. **Highlight both the positive and negative aspects** of your solution, & refrain from trying to sell your idea.

Let the User Contribute Ideas

You can ask your users **how the product or service could be improved** for them.

Digital Transformation กับนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะของ ประเทศเกาหลีใต้ ที่ตื่นตัวและมีความชัดเจนด้วยการวางวิสัยทัศน์ Government 3.0 มาตั้งแต่ปี 2013 โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลางและใช้เทคโนโลยีสนับสนุน

จุดเริ่มต้น



การปรับตัวของภาครัฐในการเข้าสู่โลกยุคดิจิทัลทั้งสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล และในขณะเดียวกันก็เสริมสร้าง**ความโปร่งใส** ในการทำงานของภาครัฐ ตัวอย่างร่วมสมัยได้แก่ ในช่วงปี ค.ศ. 2013 ภายใต้อำนาจของพัค กึน-ฮเย ได้มีการประกาศกระบวนทัศน์ใหม่ในการทำงานของภาครัฐภายใต้ **Government 3.0**

นโยบาย



นโยบายนี้คือการให้บริการสาธารณะผ่านช่องทางออนไลน์แบบ **One-Stop Service** และการให้บริการของภาครัฐผ่านโทรศัพท์หรืออุปกรณ์อัจฉริยะ

การดำเนินงาน

- การให้บริการ (Service-Oriented Government)
- รัฐบาลที่มีศักยภาพ (Capable Government)
- รัฐบาลที่โปร่งใส (Transparent Government)

จุดเด่น

- ไม่กี่ปีมานี้รัฐบาลเกาหลีใต้ขับเคลื่อนในเรื่องการให้บริการสาธารณะโดยรูปแบบไร้การสัมผัส (Contactless) เพื่ออำนวยความสะดวก
- ในภาวะโรคระบาด COVID-19 มีการพัฒนาและจัดการบริการ Digital Wallet เพื่อให้ประชาชนได้เก็บเอกสารรับรองที่ภาครัฐออกให้ไว้ในรูปแบบเอกสารออนไลน์ และให้บริการ My Data ซึ่งช่วยให้ประชาชนสามารถบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองที่ภาครัฐจัดเก็บไว้



Digital Transformation กับนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะของ สหราชอาณาจักร โดยได้จัดตั้งสำนักGovernment Digital Service ขึ้นเฉพาะ เพื่อใช้สนับสนุนภารกิจการจัดทำบริการสาธารณะผ่านช่องทางออนไลน์



ภาครัฐของประเทศสหราชอาณาจักรเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเข้าสู่โลกยุคดิจิทัล เพื่อรับมือกับปัญหานี้ รัฐบาลได้มีการตั้ง**สำนักบริการทางดิจิทัลของรัฐบาล (Government Digital Service)** เพื่อสนับสนุนภารกิจของส่วนราชการเพื่อให้สามารถจัดทำบริการสาธารณะผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของประชาชน



สำนักบริการทางดิจิทัลของรัฐบาลได้นำเสนอหลักการที่น่าสนใจและถูกพูดถึงมากในปัจจุบันคือรัฐบาลในฐานะแพลตฟอร์ม (**Government as a Platform**) ซึ่งหมายถึงการมีระบบดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานหลักร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดบริการสาธารณะที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง



GOV.UK

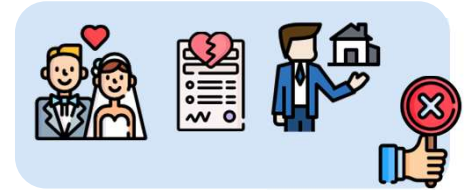
- 1 Always be available, accessible and accurate
- 2 Support the government's priorities of the day
- 3 Connect Insights across GOV.UK to enable joined-up service delivery
- 4 Provide a personalised and proactive service
- 5 Be channel agnostic

หากพิจารณาประกอบกับยุทธศาสตร์ดิจิทัลของประเทศสหราชอาณาจักร จะเห็นว่ารัฐบาลในฐานะแพลตฟอร์ม**มองการจัดบริการสาธารณะว่าเป็น Solution ที่ยืดหยุ่น** เตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้ามากกว่าการแก้ปัญหา

Digital Transformation กับนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะของ เอสโตเนีย จากประเทศที่ถูกล้มกลายเป็นผู้นำด้านรัฐบาลดิจิทัล ที่สามารถสร้างบริการประชาชนให้ไปอยู่บนช่องทางออนไลน์และรวมศูนย์ได้มากถึง 99%



ประเทศเอสโตเนียได้รับการขนานนามว่าเป็น**รัฐดิจิทัล** เพราะการบริการประชาชนดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ได้กว่าร้อยละ 99 มีเพียงสามรายการของการให้บริการเท่านั้นที่ประชาชนยังต้องไปที่ทำการหรือสำนักงานด้วยตนเอง ได้แก่ การจดทะเบียนสมรส การจดทะเบียนหย่าร้าง และการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์



ปัจจัยหลักในการทำงาน



สภาพภูมิอากาศที่หนาวจัดทำให้ประชาชนตั้งเดินทางมารับบริการจากส่วนกลาง หากจะพิจารณาสร้างสำนักงานในพื้นที่ต่างๆ ก็สิ้นเปลือง จึงพิจารณาว่าในฝั่งรัฐ การเปิดสำนักงานจำนวนมากไม่คุ้มค่า ในฝั่งประชาชน การเข้ามายังสำนักงานก็อาจไม่สะดวกในหลายกรณี ฉะนั้นการจัดบริการสาธารณะผ่านช่องทางออนไลน์จึงตอบ Pain Point นี้



ภายหลังจากการประกาศเอกราชจากสหภาพโซเวียต ประเทศเอสโตเนียดำเนินนโยบายพัฒนาประเทศแบบเสรีนิยมใหม่ เน้นเรื่อง**ความประหยัด คุ้มค่า** ให้ความสำคัญกับการ**ตอบโจทย์เศรษฐกิจ** และ**ลดขั้นตอนภาครัฐ** ดังนั้น การทำงานของภาครัฐจึงดำเนินไปตามตรรกะนี้ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังเริ่มเป็นที่นิยมในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 จึงกลายเป็นทางเลือก (Option) ที่ตอบโจทย์ประเทศเอสโตเนีย

เครื่องมือสำคัญในการดำเนินงาน



(1) การประชุมคณะรัฐมนตรีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (**E-Cabinet**) ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 2000 เป็นการประชุมที่ไร้กระดาษ และเปิดโอกาสให้คณะรัฐมนตรีได้ใช้ฐานข้อมูลร่วมกันในระหว่างการประชุม และสามารถลงนามดิจิทัลเพื่อผ่านคำสั่งระเบียบ หรือนโยบายได้



(2) ระบบ**ฐานข้อมูลภาครัฐ และ X-Road** เปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของระบบดิจิทัลในภาครัฐของประเทศเอสโตเนีย ระบบนี้เป็นการเชื่อมต่อฐานข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐโดยมิได้รวมศูนย์



(3) การออกวีซ่าภายใต้ **E-Residency** เนื่องจากประเทศเอสโตเนียมีขนาดเล็ก ประกอบด้วยประชากรราว 1.3 ล้านคนเท่านั้น จึงมีตลาดที่ไม่ใหญ่นัก เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและนวัตกรรมในภาคธุรกิจ รัฐบาลเอสโตเนียจึงประกาศนโยบาย E-Residency เพื่อให้ชาวและดึงดูดนักลงทุนจากทั่วโลก

Source: <http://www.polsci.tu.ac.th>

รัฐบาลสิงคโปร์มุ่งทำ Digital transformation ภายใต้นโยบายการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบแนวคิด ACT โดยมีเป้าหมายการเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

กรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Framework)



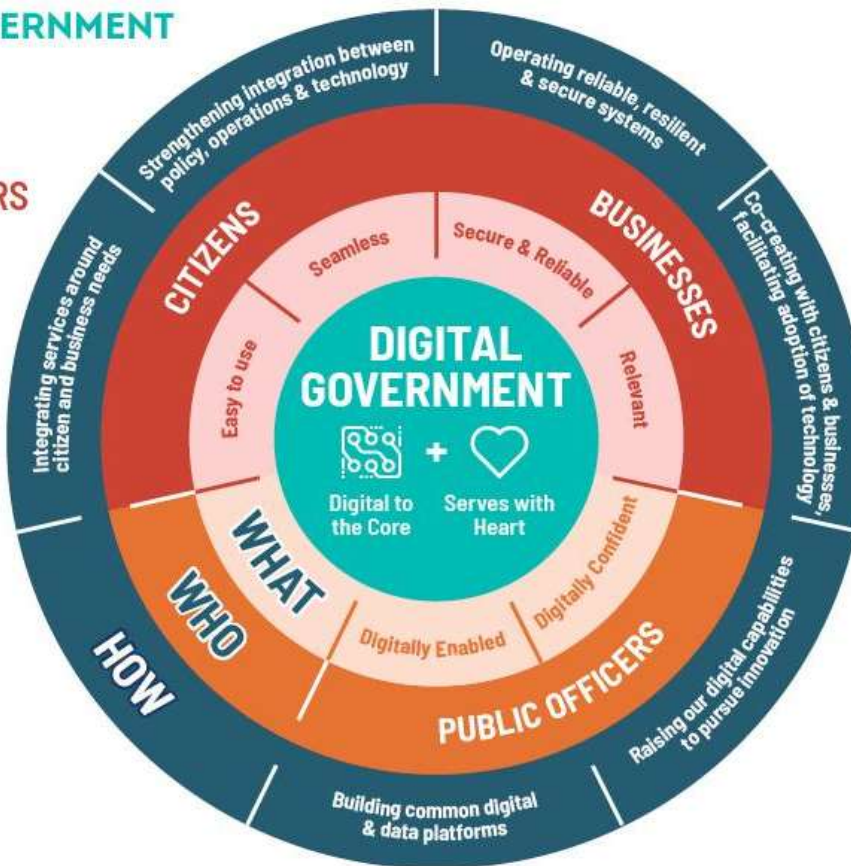
เป้าหมาย	ประเทศสิงคโปร์เป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัลโดยมีการพัฒนาและยกระดับอย่างต่อเนื่อง
นโยบายเชิงกลยุทธ์	กรอบแนวคิด ACT เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายของธุรกิจและคนงานในเศรษฐกิจดิจิทัล
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	■ ความสามารถพิเศษ (Talent) ■ การวิจัยและนวัตกรรม (Research & Innovation) ■ นโยบาย กฎระเบียบและมาตรฐาน (Policy, Regulations and Standards) ■ โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Physical & Digital Infrastructure)



หน่วยงานสำหรับรัฐอัจฉริยะและรัฐบาลดิจิทัล (SNDGG) ได้จัดทำ Digital Government Blueprint ขึ้นโดยมุ่งเน้นการพัฒนาการให้บริการภาครัฐด้วยการสร้างทักษะด้านดิจิทัลเพื่อการให้บริการและนวัตกรรมแก่ผู้ปฏิบัติงาน

DIGITAL GOVERNMENT BLUEPRINT

2 PRINCIPLES
3 STAKEHOLDERS
6 OUTCOMES
6 STRATEGIES



6 กลยุทธ์ของรัฐบาลดิจิทัล (Digital Government)



- 1 การให้บริการแบบครบวงจรตามความต้องการของภาคประชาชน และภาคธุรกิจ
- 2 การสร้างการบูรณาการระหว่างนโยบาย การปฏิบัติงาน และเทคโนโลยี
- 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของภาครัฐ
- 4 การปฏิบัติงานที่น่าเชื่อถือ ยืดหยุ่น และมีระบบที่มีความมั่นคงปลอดภัย
- 5 การพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลอันนำไปสู่การใช้นวัตกรรม
- 6 การร่วมมือกับประชาชนและภาคธุรกิจ ในการยอมรับและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

ที่มา: Digital Economy Framework for Action Singapore



กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดกลยุทธ์รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government Strategy) โดยยึดหลักกรอบทักษะด้านดิจิทัลของ OECD เพื่อการทำงานเชื่อมโยง ด้วยข้อมูล และการสนับสนุนทักษะดิจิทัลภาครัฐ



กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา (The United States)

รัฐบาลดิจิทัล ประเทศสหรัฐอเมริกา มุ่งพัฒนาและสร้างการเปลี่ยนแปลงของชีวิตประชาชนทุกคนอย่างแท้จริง ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จากคำกล่าวของผู้นำ บารัค โอบามาที่ว่า “I want us to ask ourselves every day, how are we using technology to make a real difference in people’s lives.”

เป้าหมายรัฐบาลดิจิทัลประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

ขับเคลื่อนด้วย 4 หลักการสำคัญ

- ส่งเสริมประชาชนชาวอเมริกันและแรงงานขับเคลื่อนให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการคุณภาพสูงจากรัฐบาลดิจิทัลได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์
- ในขณะที่รัฐบาลกำลังปรับตัวสู่โลกยุคดิจิทัล รัฐบาลดิจิทัลต้องแน่ใจว่าได้ใช้โอกาสดังกล่าวเพื่อสร้างและบริหารจัดการเครื่องมือ แอปพลิเคชัน และข้อมูลด้านดิจิทัลด้วยวิธีการที่เข้าถึงได้ง่าย ปลอดภัย และฉลาดหลักแหลม
- ปลดล็อกพลังของข้อมูลรัฐบาลดิจิทัลเพื่อกระตุ้นการเกิดนวัตกรรมข้ามชาติและพัฒนาคุณภาพของบริการสำหรับประชาชนชาวอเมริกันทุกคน



ศูนย์กลางข้อมูล
(Information – Centric)



แพลตฟอร์มร่วมกัน
(Shared Platform)



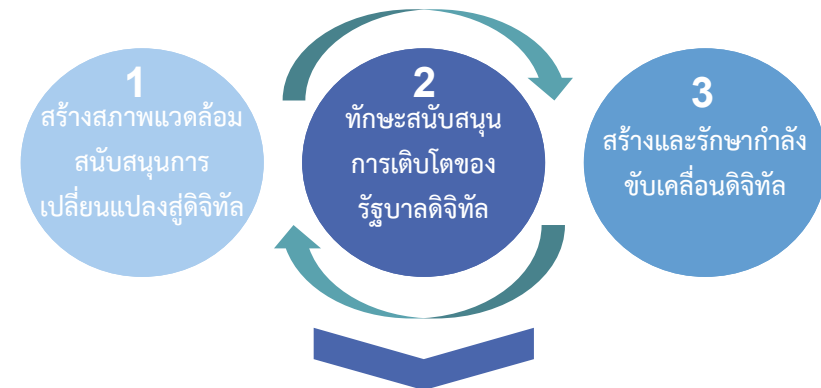
ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
(Customer – Centric)



ความปลอดภัยและส่วนตัว
(Security and Privacy)

กรอบทักษะดิจิทัลสำหรับภาครัฐของ OECD

(The OECD Framework for digital talent and skills in the public sector)



ประกอบด้วยทักษะ 5 ส่วน ได้แก่ 1) ทักษะศตวรรษที่ 21 2) ทักษะผู้ใช้รัฐบาลดิจิทัล 3) ทักษะทางอารมณ์และสังคม 4) ทักษะความเป็นมืออาชีพ และ 5) ทักษะผู้นำรัฐบาลดิจิทัล โดยมีทักษะต่าง ๆ เช่น

- | | | |
|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| การวิเคราะห์ข้อมูล | ความเข้าใจความต้องการผู้ใช้ | ความยืดหยุ่น |
| การสื่อสารและประสานงาน | ความร่วมมือกัน | การมีวิสัยทัศน์กว้างไกล |
| การสร้างเนื้อหาดิจิทัล | การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล | ความเชื่อมโยง |
| การแก้ไขปัญหา | ความน่าเชื่อถือ | การเจรจาต่อรอง |

จากการเตรียมความพร้อมและลงมือเปลี่ยนแปลงภาครัฐ (Digital Transformation) เพื่อดำเนินงานของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ นำไปสู่ความสำเร็จที่อาจชี้วัดได้ด้วยการจัดอันดับ ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ EGDI



การจัดอันดับดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์
(e-Government Development Index หรือ EGDI)

ผู้ดำเนินการ

- องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN)

วัตถุประสงค์ของการจัดอันดับ

- เพื่อประเมินความพร้อมของการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศต่างๆ
- เพื่อให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนา e-Government
- เพื่อสะท้อนถึงความสามารถของภาครัฐในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานและการเข้าถึงประชาชน

การเก็บข้อมูล

- สำรวจข้อมูลจากประเทศที่เป็นสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ จำนวน 193 ประเทศ

ดัชนีย่อยในการประเมิน



ดัชนีโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม (Telecommunication Infrastructure Index: TII)



ดัชนีทุนมนุษย์ (Human Capital Index: HCI)



ดัชนีบริการออนไลน์ (Online Service Index: OSI)

ผลการจัดอันดับ ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ 2563

ประเทศในทวีปตะวันตก



อันดับ 1 ของโลก
เดนมาร์ก



อันดับ 2 ของโลก
เกาหลีใต้



อันดับ 3 ของโลก
เอสโตเนีย



อันดับ 4 ของโลก
ฟินแลนด์



อันดับ 5 ของโลก
ออสเตรเลีย



อันดับ 11 ของโลก
อันดับ 1 ของอาเซียน



อันดับ 57 ระดับโลก
อันดับ 3 ในอาเซียน
ประเทศไทย

Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas) 
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas)
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation) 



Business/Mission Model Canvas (BMC/MMC)

Project :

Date :

Version :

Challenges :



Key Partners



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationship
(Buy-in & Support)



Customer Segment
(Beneficiaries)



Key Resources



Channels (Deployment)



Cost (Mission Budget)



Revenue (Mission Achievement/Impact Factors)



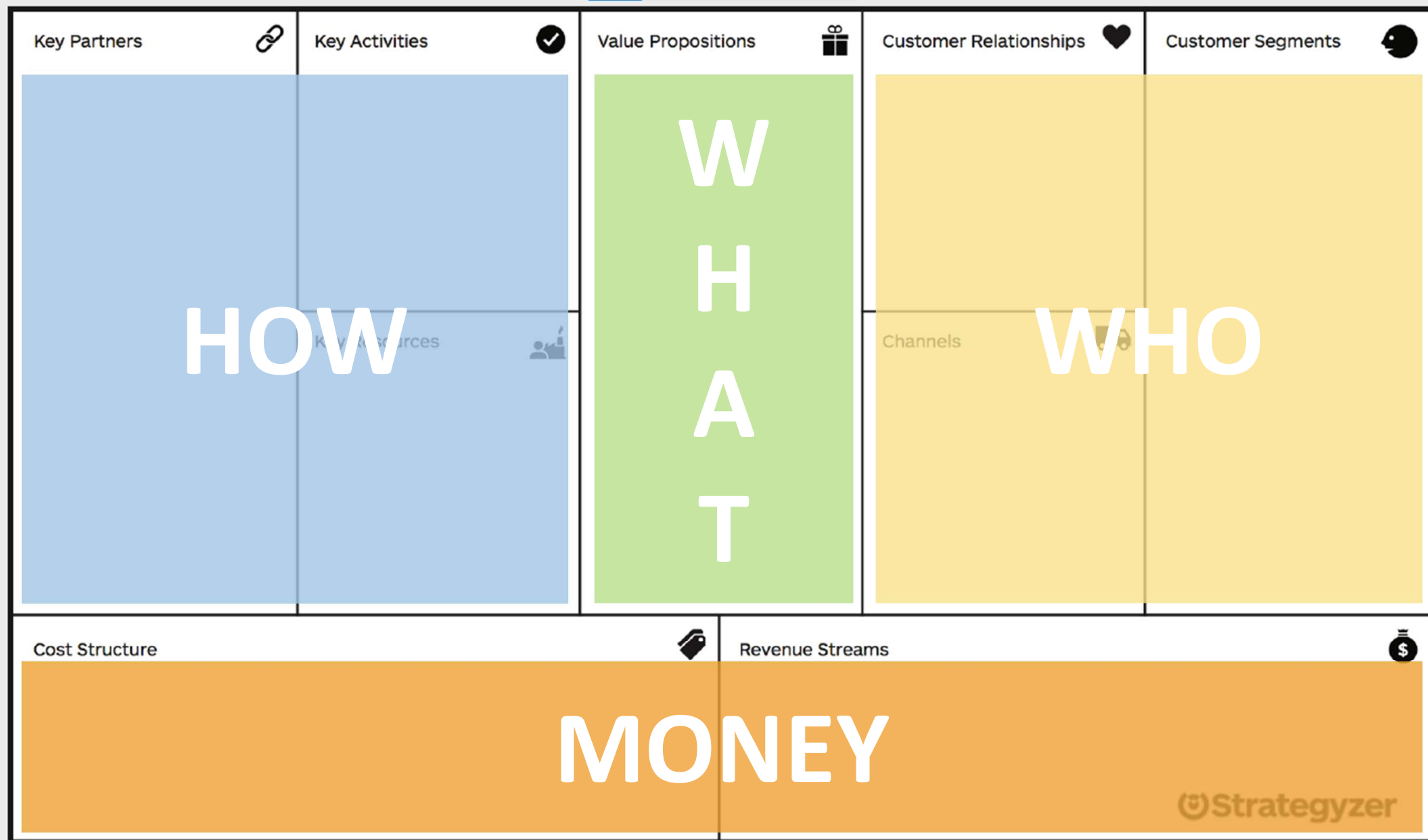
Business Model Canvas (BMC)

นอกเหนือจากการคิด
สร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ
ใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า
แล้ว องค์กรควรต้องให้
ความสำคัญกับ **รูปแบบการทำ
ธุรกิจ (Business Model)**
โดยใช้เครื่องมืออย่าง
Business Model Canvas ที่
จะช่วยให้สามารถเห็นภาพรวม
ของธุรกิจได้ชัดเจนครบทุกมิติ

Source: ห้องเรียนผู้ประกอบการ, SET

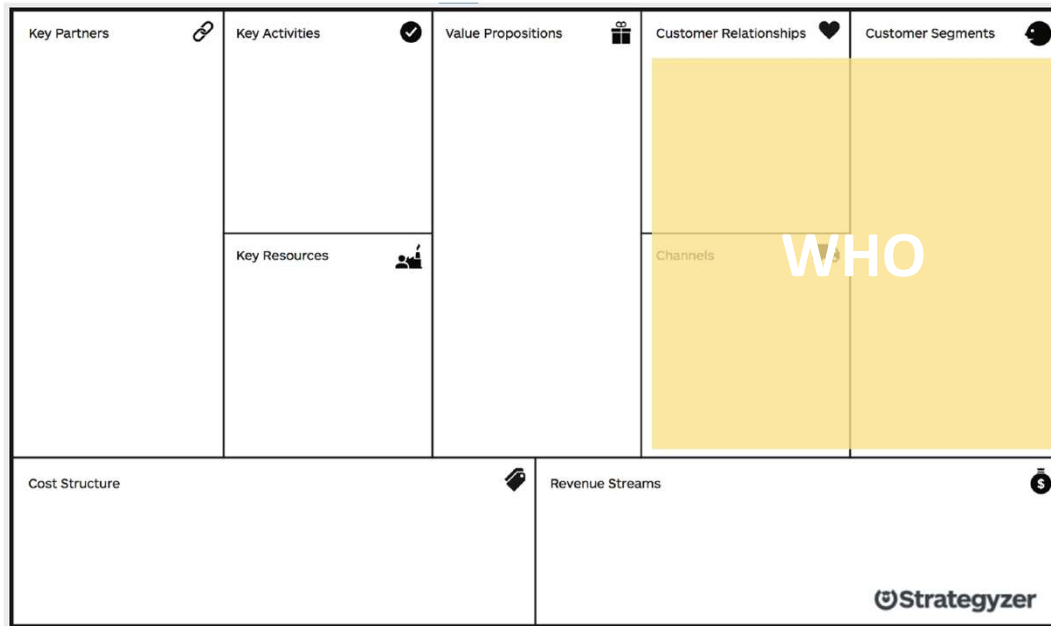
Business Model Canvas คือ **รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์** สำหรับการสร้าง หรือการ
พัฒนาต่อยอดธุรกิจเดิม โดยแผนภูมิภาพนี้อธิบายองค์ประกอบ 9 ประการนี้ แสดงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
หรือบริการซึ่งรวมถึงลูกค้าเป้าหมายกระบวนการดำเนินงานและโครงสร้างต้นทุนและอื่น ๆ





ส่วนแรกคือส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยจะต้องชัดเจนว่าลูกค้าคือใคร ต้องการอะไร ซึ่งจะมีวิธีการบริหารจัดการความสัมพันธ์อย่างไร และควรใช้ช่องทางการซื้อขายและการติดต่อสื่อสารช่องทางใดที่จะเหมาะสมที่สุด

Who – เรากำลังสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้เพื่อใคร?



1

Customer Segments

ลูกค้าคือใคร? ซึ่งเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการแบ่งกลุ่มประชากรภูมิศาสตร์และจิตวิทยา ตลอดจนพฤติกรรมความต้องการความรู้สึกความฝันและความกลัว

2

Customer Relationships

คุณมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าของคุณอย่างไร? ในส่วนนี้เป็นการพิจารณาการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าของคุณตลอดการให้บริการหรือการใช้สินค้าเพื่อรักษาความภักดีของผู้บริโภค

3

Channels

ช่องทางใดที่เหมาะสมกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงการส่งมอบที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้ามากที่สุดในแต่ละขั้นตอนของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า

ส่วนที่สองคือส่วนที่สำคัญมากที่สุด โดยจะต้องสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่า สินค้าหรือบริการนี้จะนำเสนอ “คุณค่า” อะไรให้แก่ลูกค้า และอะไรจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจจ่ายเงินให้กับเรา

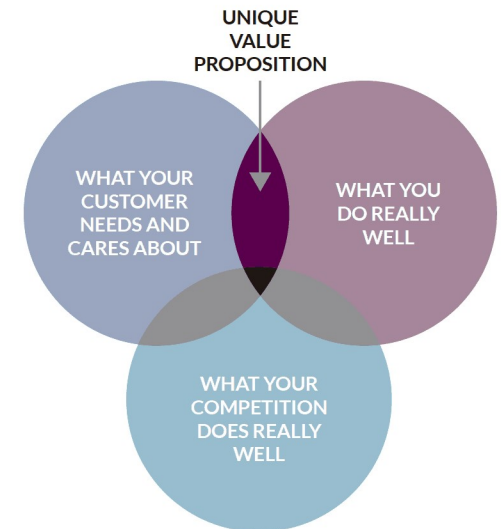
What – อะไรคือสิ่งที่มีคุณค่าและน่าสนใจเกี่ยวสินค้าและบริการ?



4 Value Proposition

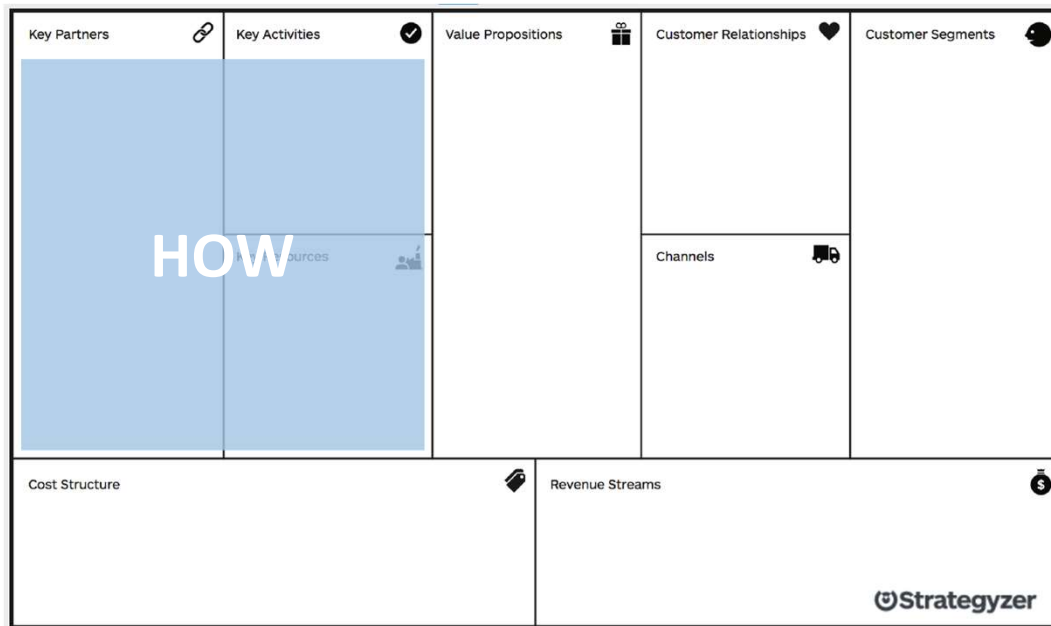
อะไรทำให้สินค้าหรือบริการจำเป็นหรือจำเป็นสำหรับลูกค้า? ค่านิยมที่ให้กับลูกค้าคืออะไร? เหตุผลที่ลูกค้ายินดีจ่ายค่าสินค้าหรือบริการคืออะไร?

- ✓ Problem-Solving
- ✓ Visionary or Goal-fulfilling
- ✓ Convenience
- ✓ Additional Values
(*refer to the Value Pyramid)



ส่วนที่สาม จะเป็นภาพใหญ่ของกิจกรรมและกระบวนการที่อยู่เบื้องหลังของสินค้าหรือบริการดังกล่าว โดยเกี่ยวข้องกับ พันธมิตรของธุรกิจ กิจกรรมหลักในการสร้างคุณค่าให้ลูกค้า และทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมเหล่านั้น

How – กระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ ดังกล่าวเป็นอย่างไร?



5 Key Partners

ใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่คุณต้องร่วมมือด้วย? ใครสามารถช่วยสนับสนุนหรือสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจได้บ้าง?

6 Key Activities

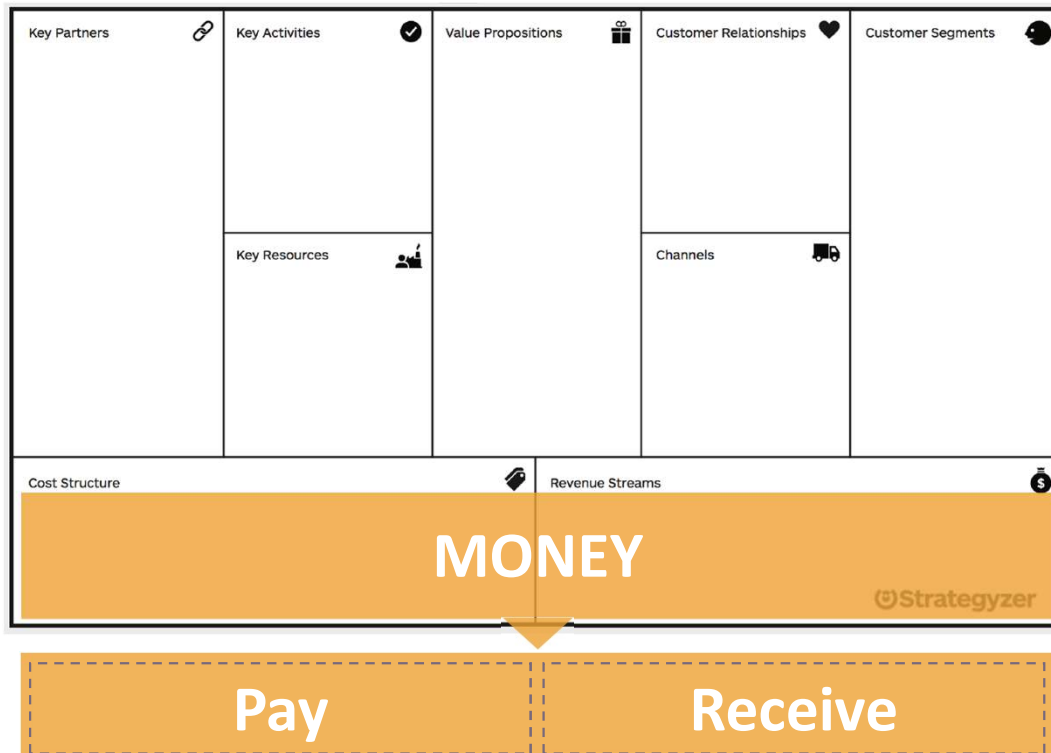
กระบวนการและ**กิจกรรมหลัก**ในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้มีอะไรบ้าง? กระบวนการที่เกี่ยวข้องในการจัดเตรียมวิธีแก้ปัญหาและสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าคืออะไร?

7 Key Resources

ทรัพยากรที่จำเป็นในการทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้เกิดขึ้นคืออะไร? – กำลังคน เครื่องจักร วัสดุ การจัดการเทคโนโลยี

ส่วนที่สี่ คือส่วนที่เกี่ยวกับโครงสร้างการเงินทั้งขาเข้าและขาออกของธุรกิจ ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย 1) โครงสร้างต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่จำเป็น และ 2) ช่องทางและที่มาของรายได้

Money – ต้นทุนในการดำเนินงานคิดเป็นเท่าไร? และสินค้าหรือบริการดังกล่าวสร้างผลกระทบมากน้อยเพียงใด?



Source: ห้องเรียนผู้ประกอบการ, SET

8

Cost Structure

อะไรคือตัวขับเคลื่อนต้นทุนที่สำคัญของธุรกิจ เชื่อมโยงกับรายได้ได้อย่างไร?

- ✓ Initial Investment
- ✓ Fixed Cost
- ✓ Variable Cost
- ✓ Economy of scale



9

Revenue Streams

สินค้า หรือบริการ ดังกล่าว จะสามารถสร้างรายได้จาก value proposition ได้อย่างไร? (อาจเป็นรายได้ที่ได้จากทางอื่นที่ไม่ใช่รายได้ทางตรงที่ได้จากการขายสินค้า เช่น การ subscription, license เป็นต้น)

Key Modifications ที่จำเป็นสำหรับการประยุกต์ BMC สำหรับ Mission-driven Organization

1

Customer Segments is changed to **Beneficiaries**

พันธกิจ (Mission) ของโมเดลในกิจการสาธารณะมีเป้าหมายเพื่อ:

- เรากำลังสร้างคุณค่าให้ใคร? ใครคือผู้ใช้ที่สำคัญที่สุดของเรา? ผู้ใช้ของเราต้องการอะไร?



2

Cost Structure is changed to **Mission Cost/Budget**

ต้นทุนที่สำคัญที่สุดที่มีอยู่ในรูปแบบบริการของเราคืออะไร?



3

Channel is changed to **Deployment Route**

ต้องใช้อะไรบ้างในการปรับใช้ผลิตภัณฑ์ / บริการจากผลิตภัณฑ์ขั้นต่ำที่สามารถใช้งานได้ในปัจจุบันของเราให้แพร่หลายในหมู่ผู้ที่ต้องการใช้งาน?



4

Customer Relationships is changed to **Buy-in/Support**

สำหรับภาครัฐหมายถึง Customer Relationship หมายถึง การได้รับการยอมรับหรือการตอบรับที่ดี (Buy-in) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงาน โดยมีสิ่งสำคัญคือ ทีมจะได้รับ Buy-In จากผู้รับผลประโยชน์ทั้งหมดได้อย่างไร"

Buy-in สามารถระบุได้ด้วยการตอบคำถามต่อไปนี้:

- ใครบ้างที่จำเป็นในการปรับใช้ผลิตภัณฑ์ / บริการ (กฎหมายนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง ฯลฯ)
- ทำอย่างไรให้ผู้รับผลประโยชน์เหล่านั้น Buy-in? (การจัดหาเงินทุนเอกสารผู้ซื้อ ร้องขอ ฯลฯ)



5

Revenue Streams Changes To **Mission Achievement**

Mission Achievement คือ คุณค่าที่คุณสร้างให้กับผู้รับผลประโยชน์ทุกคนเพื่อสิ่งที่ดีกว่า โดยผลประโยชน์เหล่านี้อาจเป็นประโยชน์ทางการเงิน หรือสิ่งอื่นที่ไม่ใช่เงินซึ่งอาจจะจับต้องได้หรือไม่ได้ก็ตาม



การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าในมุมมองของภาคเอกชนต่างกับของภาครัฐ องค์กรทั่วไปให้ความสำคัญกับยอดขาย กำไร และการขยายฐานลูกค้า ในขณะที่องค์กรภาครัฐมุ่งเน้นการแก้ปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน



Value for the Private Sector VS Value for the Public Sector



For Customers:

- เต็มเต็มความต้องการ และความจำเป็นของลูกค้า (wants and needs)
- จัดเตรียมความสะดวกสบาย (convenience or comfort)
- ราคาที่เหมาะสมหรือราคาที่ถูกลง
- เน้นการสร้างนวัตกรรม



V

For Public Companies:

เป้าหมายหลักคือการเพิ่มรายได้และผลกำไรในขณะที่
รักษาความภักดีของลูกค้า

For Customers:

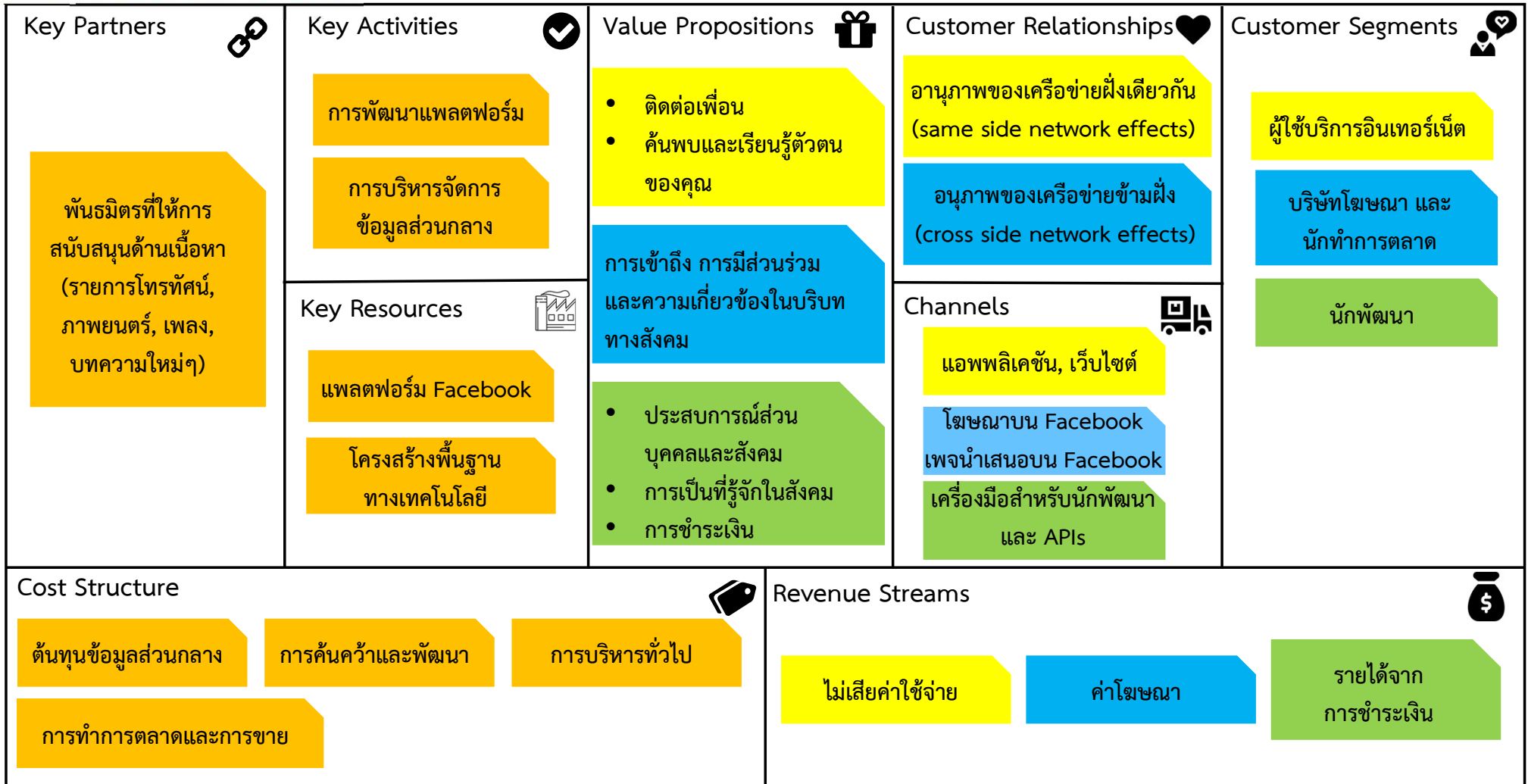
- แก้ปัญหาของพลเมือง
- สร้างความพึงพอใจให้ประชาชนด้วย wellbeing ที่ดีขึ้น
- สร้างการเข้าถึงสินค้า หรือบริการที่ทั่วถึง
- สร้างการบริการหรือสินค้าที่เท่าเทียมและเป็นธรรม (Fair and Equal)
- พัฒนาคุณภาพพื้นฐานของความเป็นอยู่

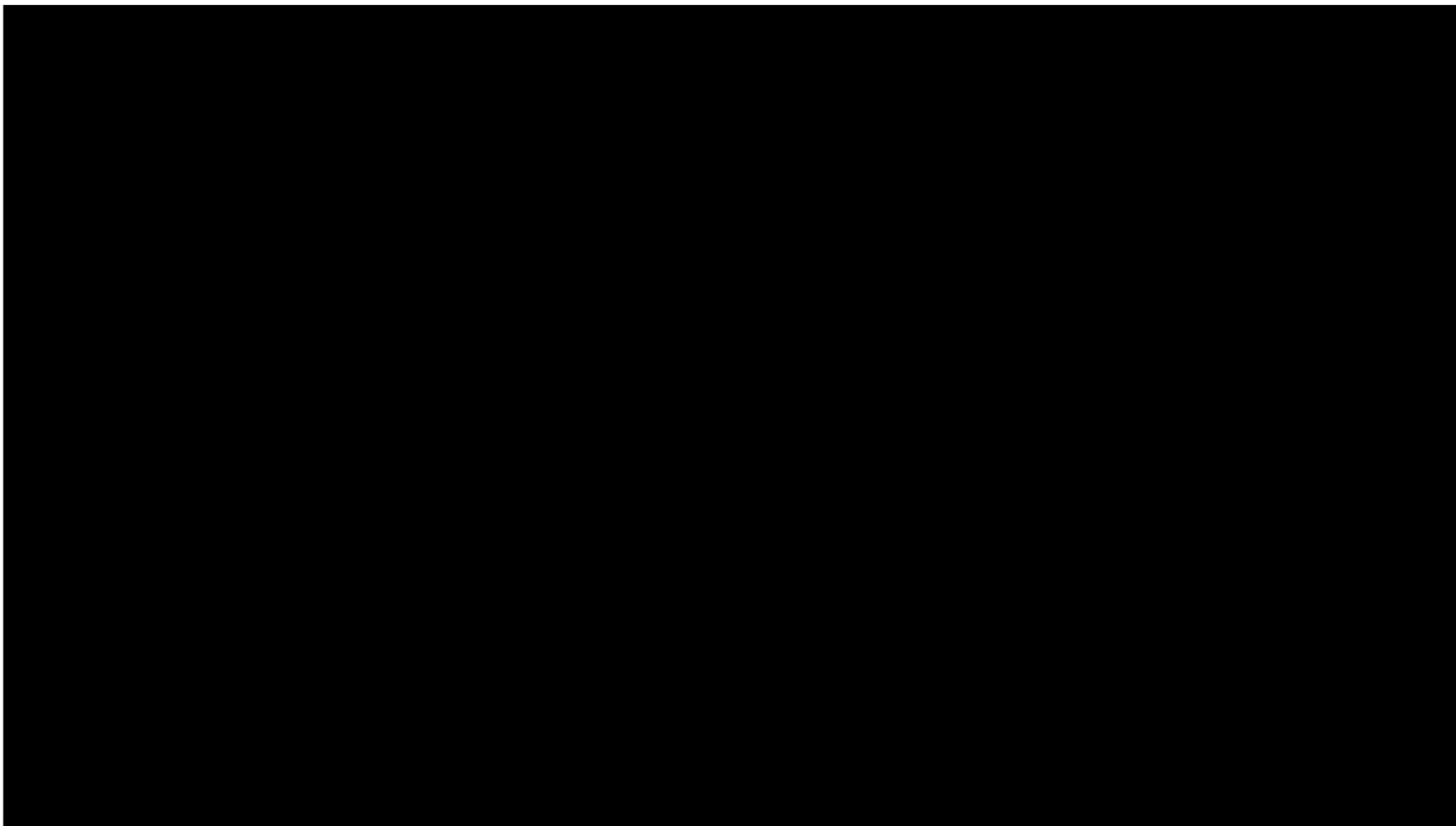


V

For Public Sector:

คุณค่าที่ขับเคลื่อนด้วยพันธกิจโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพ
ของลูกค้าและการแก้ปัญหาด้วยบริการสาธารณะ





Neuro Rehab VR

Key Partners  ■ สภากายภาพบำบัด ■ กระทรวงสาธารณสุข ■ สถาบันอบรมนักกายภาพบำบัด	Key Activities  ■ ออกแบบเกมส์ ■ ทำกายภาพบำบัด ■ โฆษณา ■ ดูแลผู้สูงอายุ Key Resources  ■ นักพัฒนาเกมส์ ■ เกมส์บำบัด ■ นักกายภาพบำบัด ■ อุปกรณ์ทำกายภาพบำบัด ■ สถานที่ทำกายภาพบำบัด	Value Propositions  กายภาพบำบัด สำหรับผู้สูงอายุ ความสนุกสนาน ลดกังวล	Customer Relationships  ■ Application บันทึกประวัติการรักษา ■ โทรเตือนเมื่อถึงนัดหมาย Channels  ■ เว็บไซต์ ■ สถานกายภาพบำบัด	Customer Segments  ■ ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว
Cost Structure  ■ ค่าพัฒนาเกมส์และระบบบำบัด ■ ค่าสำนักงาน ■ ค่าน้ำ และค่าไฟ ■ ค่าจ้างบุคลากร ■ ค่าการตลาด	Revenue Streams  ■ รายได้จากการให้บริการกายภาพบำบัด ■ รายได้จากการขายระบบเกมส์บำบัด			

Key Partners  - บริษัทที่มีเทคโนโลยีเครื่องทำกาแฟ - บริษัทขนส่ง	Key Activities  - จัดส่งเครื่องชงกาแฟ - จัดส่งแคปซูลกาแฟ - ดูแลหน้าร้านออนไลน์ - ดูแลหน้าร้านออฟไลน์	Value Propositions  ดื่มกาแฟที่บ้านให้ ความรู้สึกเหมือนอยู่ ร้านกาแฟ ชงง่าย ทำได้รวดเร็ว มีทางเลือกหลากหลาย	Customer Relationships  Nespresso Membership	Customer Segments  - ครอบครัวสมัยใหม่ที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟ - ออฟฟิศ/สำนักงาน
Key Resources  - พนักงานดูแลร้านออนไลน์ - พนักงานดูแลร้านออฟไลน์			Channels  Online : - เว็บไซต์ - แอปพลิเคชัน Offline : - Nespresso Club	
Cost Structure  - ต้นทุนการผลิตเครื่องชงกาแฟ - ต้นทุนการผลิตแคปซูลกาแฟ - เงินเดือนพนักงาน - ค่าเช่าร้านออฟไลน์ - ค่าการตลาด			Revenue Streams  - ขายเครื่องชงกาแฟ Nespresso - ขายแคปซูลกาแฟ - Subscription Model ส่งแคปซูลกาแฟรายเดือน	



Airbnb

Key Partners  ■ ชุมชน ■ เจ้าของที่พัก	Key Activities  ■ บริหารเว็บไซต์ ■ ให้คำแนะนำการลงโฆษณา ■ แก้ปัญหาระบบต่างๆ Key Resources  ■ แพลตฟอร์ม ■ ฝ่ายการตลาด ■ ฝ่ายไอที ■ ฝ่ายดูแลลูกค้าสัมพันธ์	Value Propositions  รูปแบบที่พัก หลากหลาย พักแบบ Local	Customer Relationships  แอปพลิเคชันดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Airbnb Channels  ■ เว็บไซต์ Airbnb ■ แอปพลิเคชัน Airbnb	Customer Segments  นักท่องเที่ยว Backpacker ที่ชอบประสบการณ์ใกล้ชิดชุมชน
Cost Structure  ■ ค่าพัฒนาแพลตฟอร์ม ■ ค่าสำนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ■ ค่าจ้างบุคลากร ■ ค่าการตลาด			Revenue Streams  % จากผู้ปล่อยเช่า เมื่อมีคนเข้าพัก	

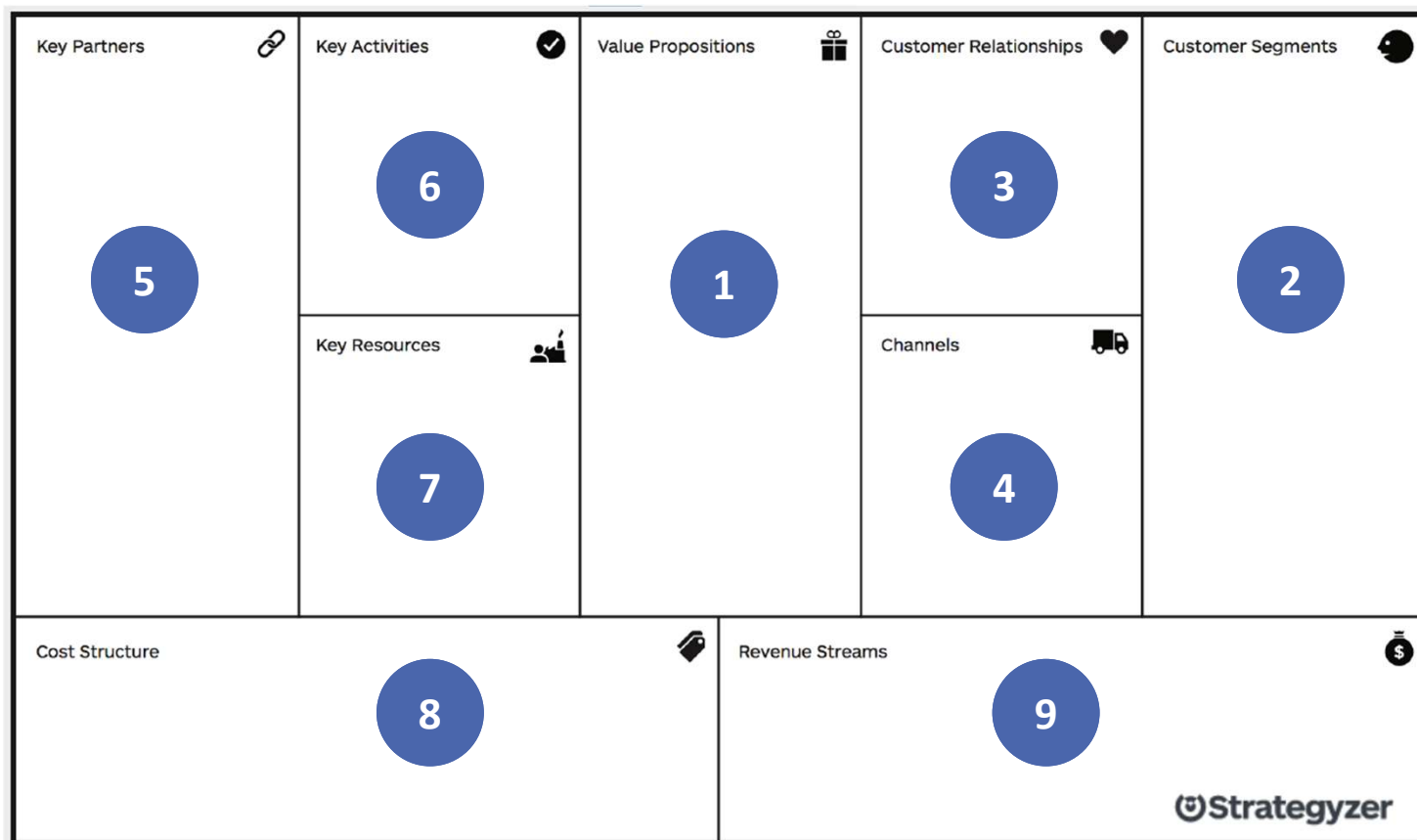
Workshop 6 : Mission Model Canvas

การอธิบายองค์ประกอบของ
ธุรกิจซึ่งมี 9 ส่วน ในแบบที่เรียบ
ง่ายบนหน้ากระดาษเพียงแผ่น
เดียว เพื่อให้ทุกคนทั้งภายในและ
ภายนอกองค์กรสามารถสื่อถึงสิ่ง
เดียวกันได้อย่างตรงประเด็น
เข้าใจง่าย และ นำไปใช้งานได้
ทันที



คำอธิบาย

- แต่ละกลุ่มสร้างโครงการที่มีความเป็นไปได้และยั่งยืนโดยใช้ Business Model Canvas



Agenda



- 1 ระบบราชการ 4.0 กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (VUCA world)
- 2 Innovation & Innovative Thinking (Workshop 1: Opposite Thinking) 
- 3 Disruptive Technology and Technological Trends (Workshop 2: Transformer) 
- 4 Digital Transformation Framework (Workshop 3: Project Idea Canvas) 
- 5 The Art of Design Thinking
- 6 Realization Customer Centricity (Workshop 4: Empathy Map Canvas) 
- 7 Value Propositioning (Workshop 5: Value Proposition Canvas) 
- 8 Business/Mission Model Canvas (Workshop 6: Mission Model Canvas) 
- 9 Pitch Perfect (Workshop 7: Pitching Preparation)





องค์ประกอบของการเล่าเรื่องที่ดี ให้เกิดความน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม จนทำให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วม และให้เวลากับเราได้อย่างยาวนาน

Component of Storytelling



Content Design



Tone of Voice

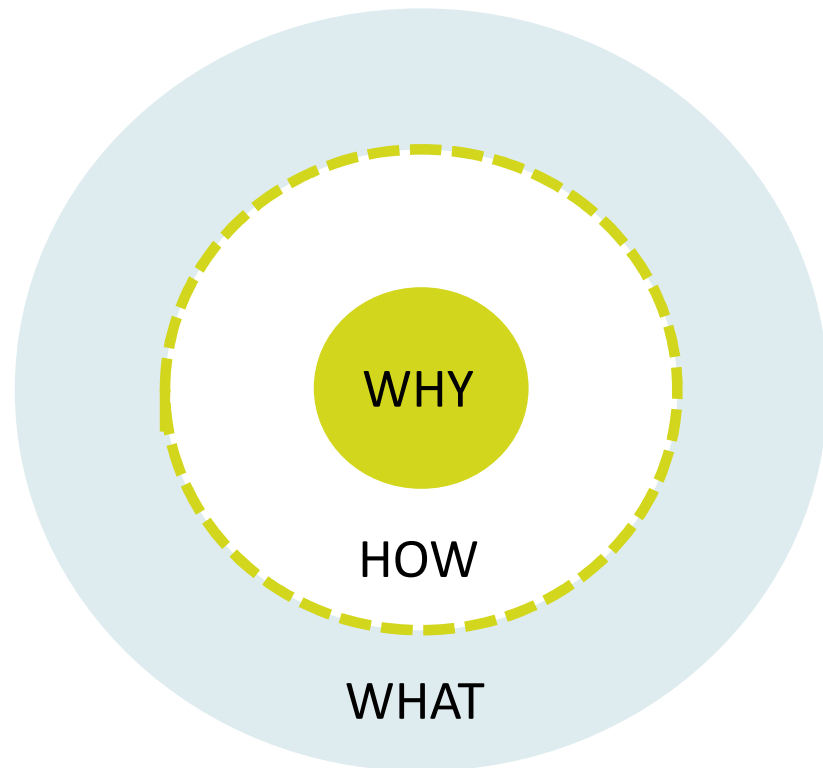


**Body of
Movement**



Facial Expression

Simon Sinek เสนอแนวคิด Storytelling โดยใช้ Golden Circle Theory โดยมีจุดเริ่มต้นจาก Start with Why (ทำไม), How (อย่างไร) and What (อะไร)



The Golden Circle

➤ Why – Your Purpose

Your motivation? What do you believe?

➤ How – Your Process

Specific actions taken to realise your Why

➤ What – Your Result

What do you do? The result of Why - Proof

การนำเสนอไอเดียอย่างมีประสิทธิภาพด้วย Pitch Deck



Welcome

1 Problem

Price is an important concern for customers booking travel online.

Hotels leave you disconnected from the city and its culture.

No easy way exists to book a room with a local or become a host.

2 Solution

A **web platform** where users can rent out their space to host travelers to:

SAVE MONEY
when traveling

MAKE MONEY
when hosting

SHARE CULTURE
local connection to the city

3 Market Validation

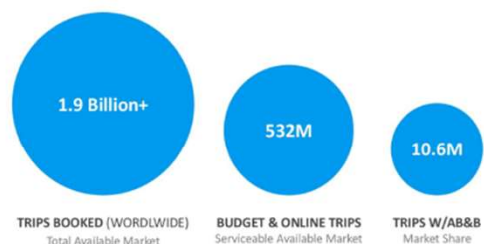
630,000

on temporary housing site
couchsurfing.com

17,000

temporary housing listings on SF
& NYC Craigslist from 07/09 – 07/16

5 Market Size



6 Product

SEARCH BY CITY → REVIEW LISTINGS → BOOK IT!



7 Business Model

We take a 10% commission on each transaction.



8 Market Adoption



9 Competition



10 Competitive Advantages

1st TO MARKET Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.	HOST INCENTIVE Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.	LIST ONCE Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.
EASE OF USE Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.	PROFILES Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.	DESIGN & BRAND Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec odio. Praesent libero.

11 Team



Brian Chesky
CEO



Nathan Blecharczyk
CTO



Joe Gebbia
CPO

Rhode Island School of Design
Industrial Designer at 3DID
Principal at Brian Chesky, Inc.

Computer Science at Harvard
Software Engineer at OPNET
Software Engineer at Batiq
Owner at Consult Mavens, LLC

Rhode Island School of Design
Designer at Chronicle Books

เคล็ดลับการทำ Pitch Deck ที่มีอาชีพมักใช้ เมื่อต้องการขอทุนให้เห็นผล

นำเสนอแบบ Minimal

โดย Pitch Deck ที่ดี ไม่ควรนำเสนอ
ด้วย Text และ จำนวนหน้ามากเกินไป

ตัวเลขสัดส่วน % เพื่อเพิ่ม ความน่าสนใจ

แสดงถึงการเตรียมตัวมาอย่างดี
เช่น ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด
เป็นต้น

แสดงให้เห็นโอกาสทางการตลาด

เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ฟัง เช่น
เป็นผู้เล่นรายเดียวในตลาด เป็นต้น



เน้นจุดเด่นให้สะดุดตา

ออกแบบ Keyword ให้มีขนาดใหญ่
หรือใช้โทนสี ใช้ภาพ เพื่อสร้างอารมณ์

ร้อยเรียงเรื่องราวให้เป็น Story

ก็คือการเล่าเป็นเรื่องราวหรือ Story-telling
ตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย

องค์ประกอบการ นำเสนอที่สำคัญ



1 Welcome

2 Problem

3 Solution

4 Market Validation

5 Market Size

6 Product

7 Business Model

8 Market Adoption

9 Competition

10 Competitive Advantage

11 Team

ชื่อโปรเจค

ชื่อของสินค้า/บริการ อะไรคือสินค้า/ บริการ?



ใครคือลูกค้า/ผู้รับบริการ?



วิธีการ/สิ่งที่นำเสนอ



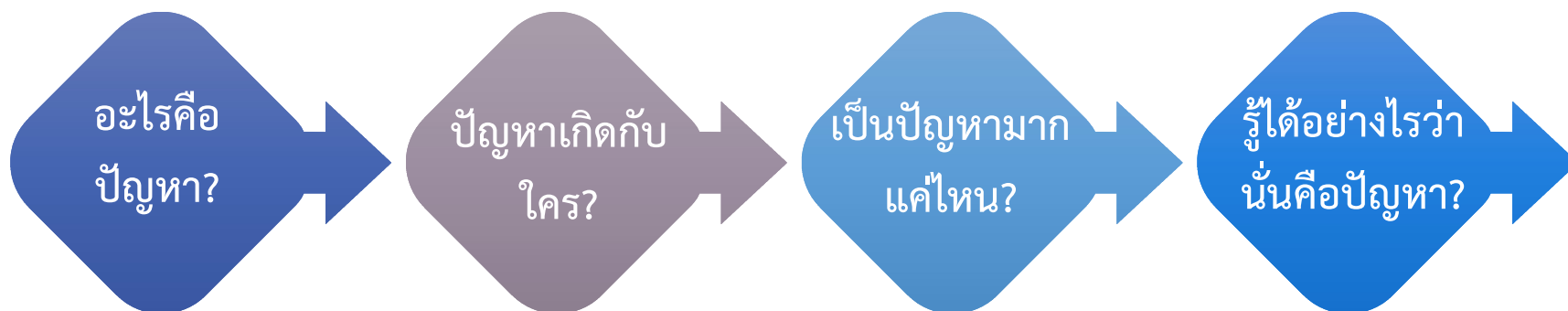
ZapMeals คือ บริการอาหารออนไลน์ ที่เข้ากับ ลูกค้าที่มีความเร่งรีบแต่ใส่ใจสุขภาพ ด้วยการจัดเตรียมอาหารคุณภาพดี



TIPS

- อธิบายโปรเจคด้วยประโยคเพียงประโยคเดียว
- บอกให้ได้ว่าสินค้าหรือบริการของคุณจะช่วยแก้ปัญหาอะไร
- Make “wow !” อธิบายชื่อโปรเจคด้วย core value proposition
- Make it easy to understand
- สิ่งที่ต้องมี: ชื่อของสินค้าหรือบริการ, สิ่งที่ทำ,ใครคือผู้รับบริการ/ลูกค้า, วิธีการหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอ
- ใช้การนำเสนอสิ่งต่างๆ เหล่านี้เข้าช่วย screenshots or VDO demo or Prototype

ปัญหา (Problem)



TIPS

- ระบุปัญหาปัจจุบัน (current problems)
- แสดงให้เห็นถึงวิธีการแก้ปัญหาในปัจจุบันที่ทำอยู่
- คุณรู้ได้อย่างไรว่าปัญหาที่คุณระบุมา ยังคงดำเนินอยู่
- ทำไมไม่มีใครเลยที่จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

วิธีการ (Solution)

What?

อะไรคือวิธีการที่ถูกต้อง

For?

เพื่อกลุ่มเป้าหมายใด

Solve What?

ปัญหาอะไรที่จะถูกแก้ไข

How?

จะสามารถแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้ได้อย่างไร

Unique?

อะไรคือความเป็นเอกลักษณ์ของงานคุณ
(unique or special)

A web platform where users can rent out their space to host travelers to:

**SAVE
MONEY**

when traveling

**MAKE
MONEY**

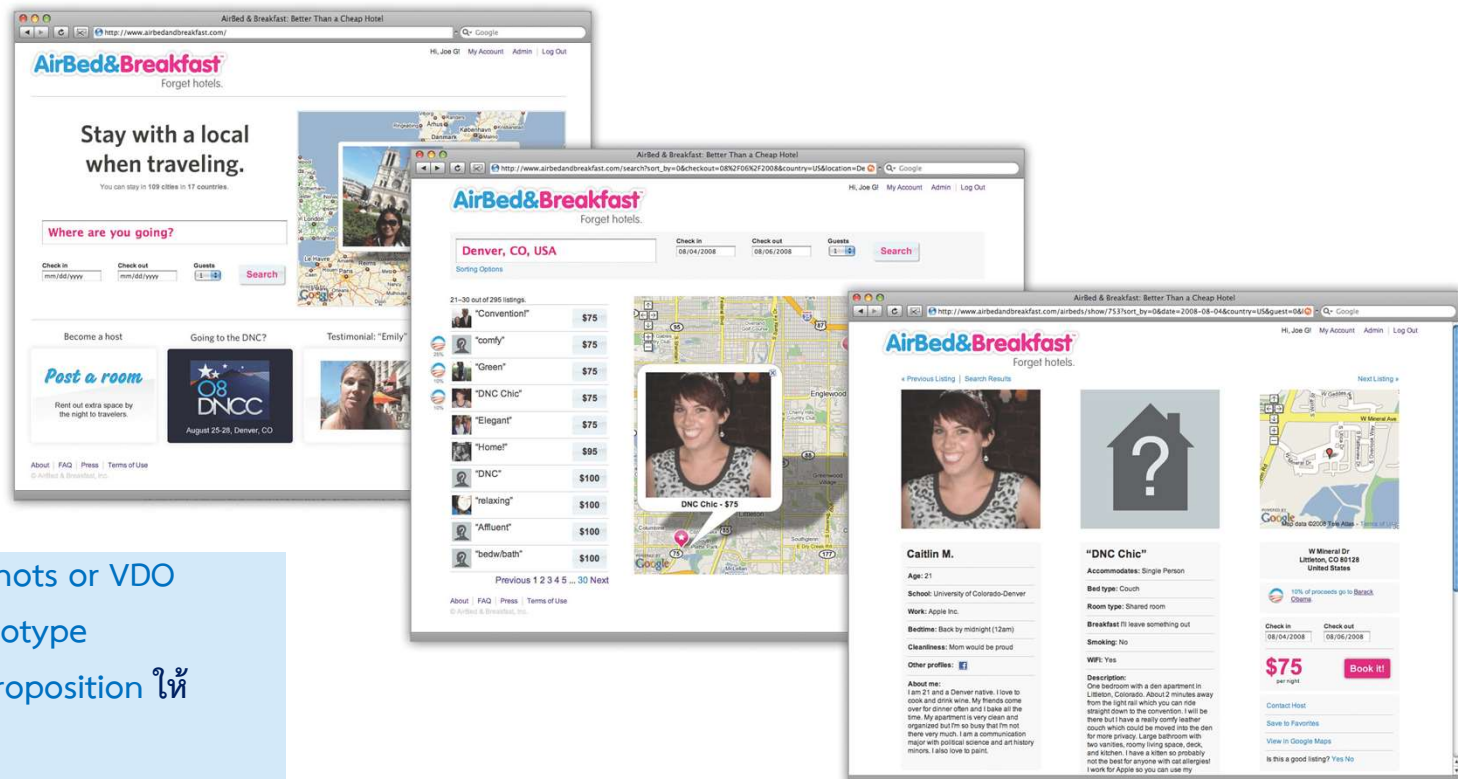
when hosting

**SHARE
CULTURE**

local connection to the city

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

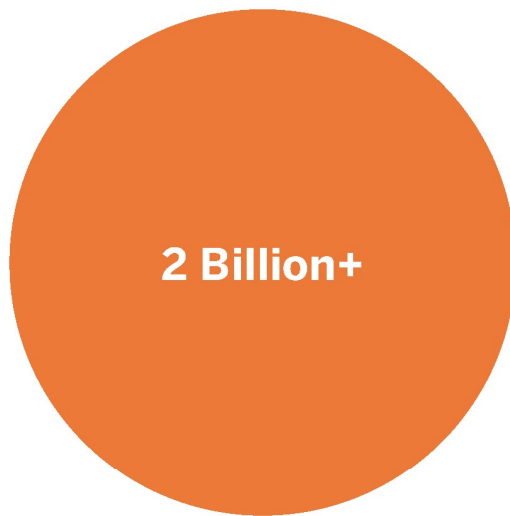
SEARCH BY CITY → REVIEW LISTINGS → BOOK IT!



TIPS

- แสดง screenshots or VDO demo or Prototype
- แสดง value proposition ให้ผู้รับบริการรับรู้

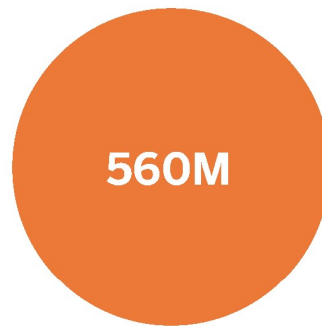
โอกาสทางการตลาด (Market Opportunity/ Target Market/ Market size)



TRIPS BOOKED (WORLDWIDE)

Total Available Market

source: Travel Industry Association of America & World Tourism Organization



BUDGET&ONLINE

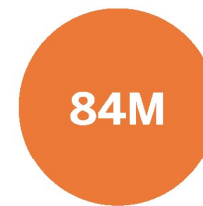
Serviceable Available Market

source: comScore



TIPS

- ใครคือลูกค้า/ผู้รับบริการของคุณ (ideal customer)
- กลุ่มลูกค้า/ผู้รับบริการมีจำนวนเท่าไร
- What is the total market size?
- คุณจะกำหนด position ขององค์กรคุณอย่างไร?



TRIPS W/AB&B

Share of Market

15% of Available Market



โมเดลธุรกิจ (Business Model)

We take a 10% commission on each transaction.

Learning PowerPoint 2016



TRIPS W/AB&B
Share of Market

AVG FEE
\$70/night @ 3 nights

REVENUE
2008-2011



\$2.1 Billion

Market Value

Lorem Ipsum is simply dummy text
of the printing and typesetting
industry.



\$25

Average Fee

Lorem Ipsum is simply dummy text
of the printing and typesetting
industry.



\$40 Billion

Revenue

Lorem Ipsum is simply dummy text
of the printing and typesetting
industry.



TIPS

- สินค้า/บริการของคุณจะสร้างรายได้หรือความพอใจได้อย่างไร
- ราคา หรือความยากง่ายในการเข้าถึงสินค้าหรือบริการของคุณจะเหมาะสมกับผู้รับบริการได้อย่างไร

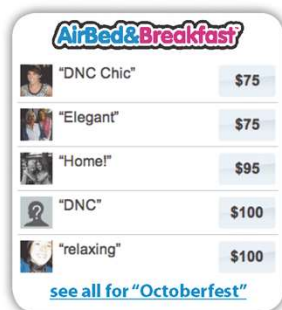
การยอมรับของตลาด/ วิธีการเพิ่มลูกค้า (Market Adoption)

EVENTS

target events monthly

- Oktoberfest (6M)
- Cebit (700,000)
- Summerfest (1M)
- Eurocup (3M+)
- Mardi Gras (800,000)

with listing widget



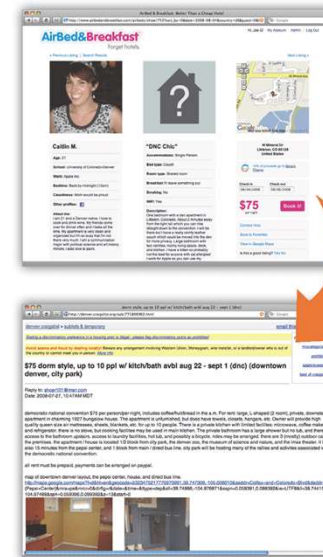
PARTNERSHIPS

cheap / alternative travel



CRAIGSLIST

dual posting feature



คำแนะนำที่แสดงถึงความพึงพอใจ (Testimonials)



TIPS

- แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงาน (Show us the proof of **your performances**)
- หรือแสดงถึงการกล่าวถึงหรือบทสัมภาษณ์ที่มีต่อสิ่งที่คุณทำ



"This Instagram Feed app saved my day! It's very easy to install and the online configurator makes it really easy to customize it. Nice job, can't wait to try out the other Elfsight apps!"



Ruby King

International economist

Recurly



"I've tried a dozen maps plugins, but the Google Maps one from Elfsight was the most intuitive, with just the right features and was the quickest to build. Excellent job."



Diane Pennebaker

Insurance adjuster

Payza



"This app is great. It does exactly what I need it do and when I did run into a settings problem, the friendly chaps at Elfsight sorted it out for me nice and quickly 😊"

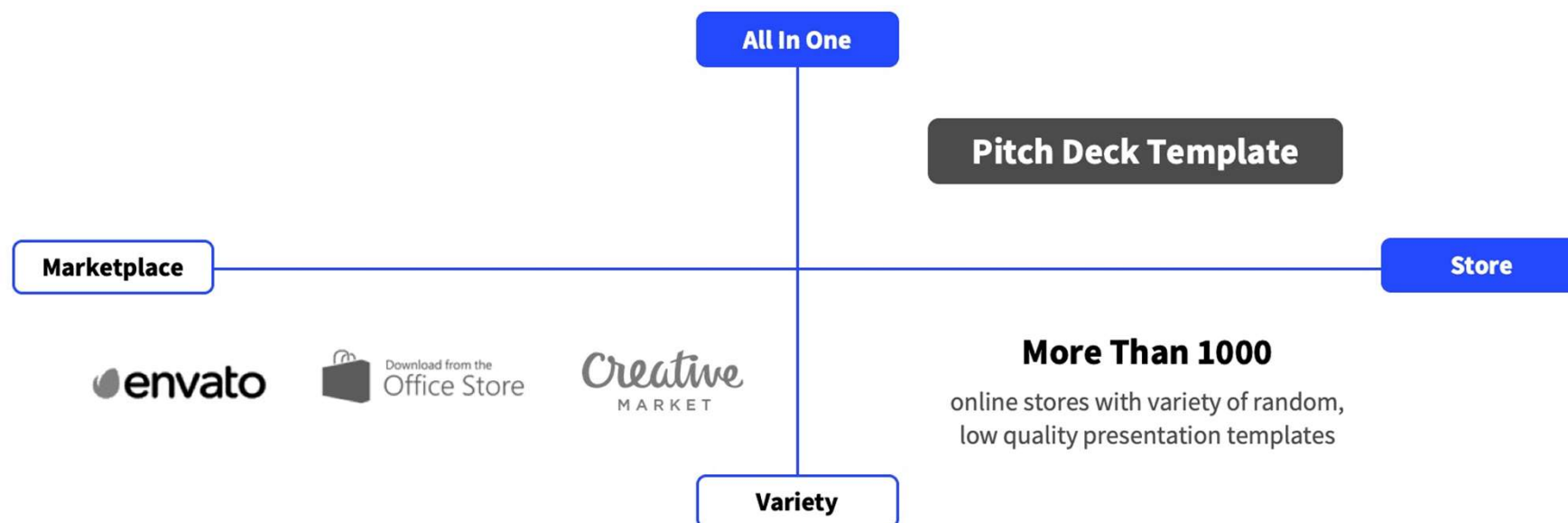


Cheryl Smith

Systems analyst

NETELLER

การแข่งขัน/การเงิน (Competition/Financials)



TIPS

- อธิบายว่าสิ่งที่คุณทำจะสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมของคุณได้อย่างไร
- คุณจะแตกต่างอย่างไรในการแข่งขันหรือการให้บริการนั้น
- อะไรคือ กฎเกณฑ์สำคัญที่ทำให้คุณได้ประโยชน์
- sales forecast, profit and loss statement

ความได้เปรียบ/ประโยชน์ในการแข่งขัน (Competitive Advantages)

1st TO MARKET

for transaction-based temporary housing site

HOST INCENTIVE

they can make money over couchsurfing.com

LIST ONCE

hosts post one time with us vs. daily on craigslist

EASE OF USE

search by price, location & check-in/check-out dates

PROFILES

browse host profiles, and book in 3 clicks

DESIGN & BRAND

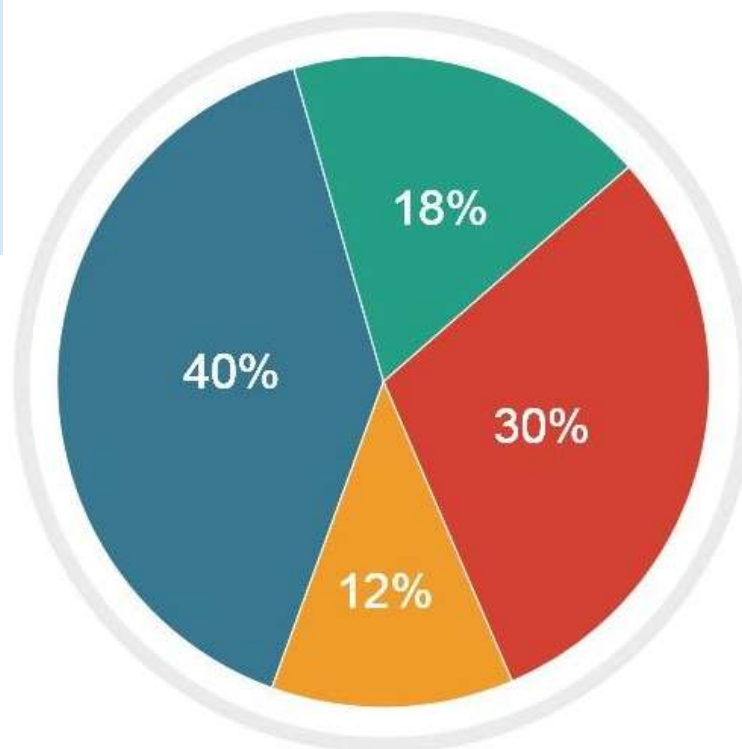
memorable name will launch at historic DNC to gain share of mind

การลงทุน และ การใช้เงินจากการระดมทุน (Investment and Use of Funds)



TIPS

- คุณมีแผนการบริหารจัดการการเงินอย่างไร?
- เหตุผลในการระบุจำนวนของทุนที่ต้องการดังกล่าว



New Hires

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

Operational Cost

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

Marketing

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

Product Development

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

แผนการดำเนินงานและการระบุผลลัพธ์ของงาน (Plan and Milestones)

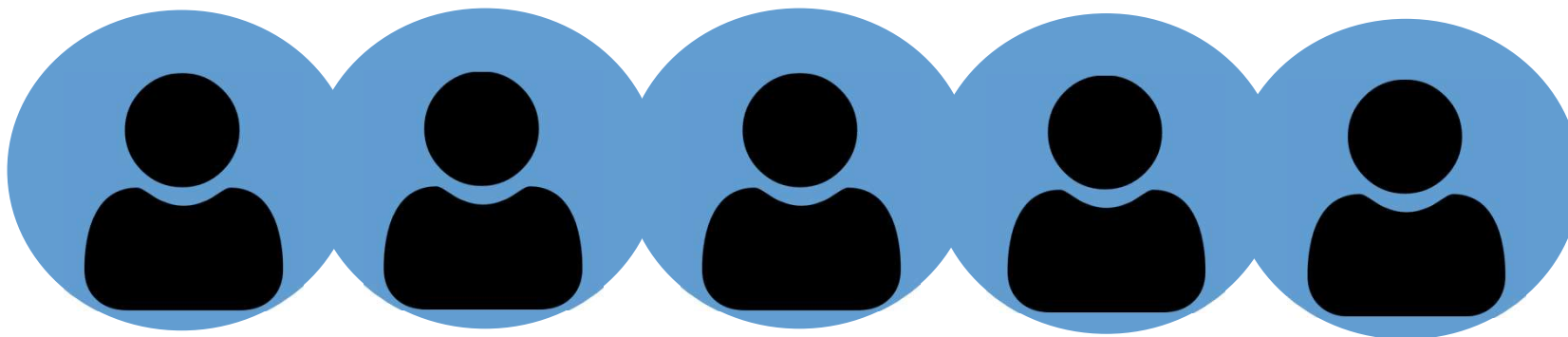
- TIPS**
- แสดงถึงแผนระยะสั้น (3 ปี) และแผนระยะยาว (6 ปี)
 - แผนดังกล่าวควรระบุถึง ‘product development plan’
 - อะไรคือ major milestone ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละช่วง?



6 Business Milestones PowerPoint Timeline



ทีมงาน (Team)



(ตำแหน่ง)
(ชื่อ)

อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่
และความเชี่ยวชาญ

(ตำแหน่ง)
(ชื่อ)

อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่
และความเชี่ยวชาญ

(ตำแหน่ง)
(ชื่อ)

อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่
และความเชี่ยวชาญ

(ตำแหน่ง)
(ชื่อ)

อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่
และความเชี่ยวชาญ

(ตำแหน่ง)
(ชื่อ)

อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่
และความเชี่ยวชาญ

เคล็ดลับ



1. จั่นกำลัง Pitch เพื่ออะไรกันแน่?



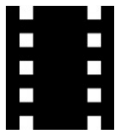
2. เข้าใจเกณฑ์การให้คะแนน และตัดสินใจของคณะกรรมการ



3. ทำการบ้านเกี่ยวกับคณะกรรมการมาก่อน



4. เรียบเรียง Story การ Pitch มาอย่างดี



5. หน้าที่ดีไม่เคยมีแค่ พล็อตเดียว

ปัญหาคืออะไร?
จะแก้ไขปัญหานี้ยังงัย?
ทำไมต้องเป็นคุณ?



6. เชื่อมโยงเข้ากับปัญหาในชีวิตจริง



7. ทำ Pitch deck ให้สวยงาม



8. ใส่อุดมการณ์และ Passion ลงในการ Pitch



9. ซ้อมและจับเวลา



10. สนุกไปกับมัน !

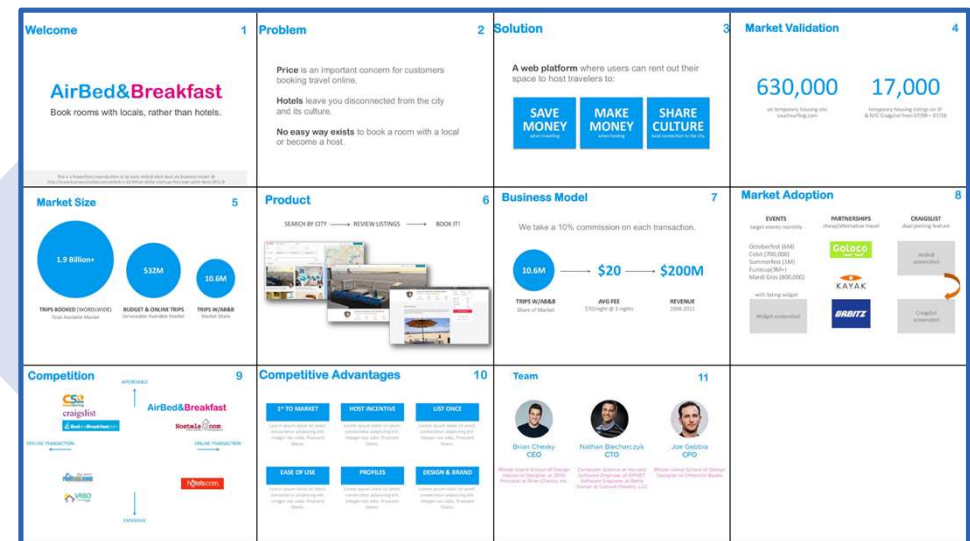
Workshop 7 : Creating Pitch Deck

ออกแบบและจัดทำสไลด์
ประกอบการนำเสนอ ด้วยข้อมูล
ที่น่าดึงดูดและเหมาะสม เพื่อ
ช่วยเสริมให้อิเดียของคุณ
น่าสนใจ และดึงดูดให้เกิดการ
ลงทุน/พัฒนาต่อ



คำอธิบาย

- แต่ละกลุ่มสร้างไฟล์นำเสนอกิจกรรม หรือ โครงการดิจิทัล (Project Pitching)



Key Take Away

- S-Curve
- Innovation (Open/Close)
- Strategic Advantages
- E-Government Reference Cases
- Opposite Thinking
- Disruptive Technology
- Transformation & Change Management
- Digitization vs Digitalization
- Digital Transformation Framework
- Project Idea Canvas
- Customer Centricity
- Value Proposition
- Pain&Gain
- Business Model Canvas (BMC)
- Pitch Perfect



THANK YOU

