

KNOWLEDGE MANAGEMENT

หลักสูตรทักษะการพัฒนาศักยภาพ สู่ยุคดิจิทัลสำหรับผู้บริหาร

(Digitization skill for C – level)

ภายใต้แผนงานพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีของบุคลากร
ภาคอุตสาหกรรม
โครงการสร้างกำลังคนและทักษะแห่งอนาคตในภูมิภาคเพื่อตอบโจทย์
การพัฒนานวัตกรรมของประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2563



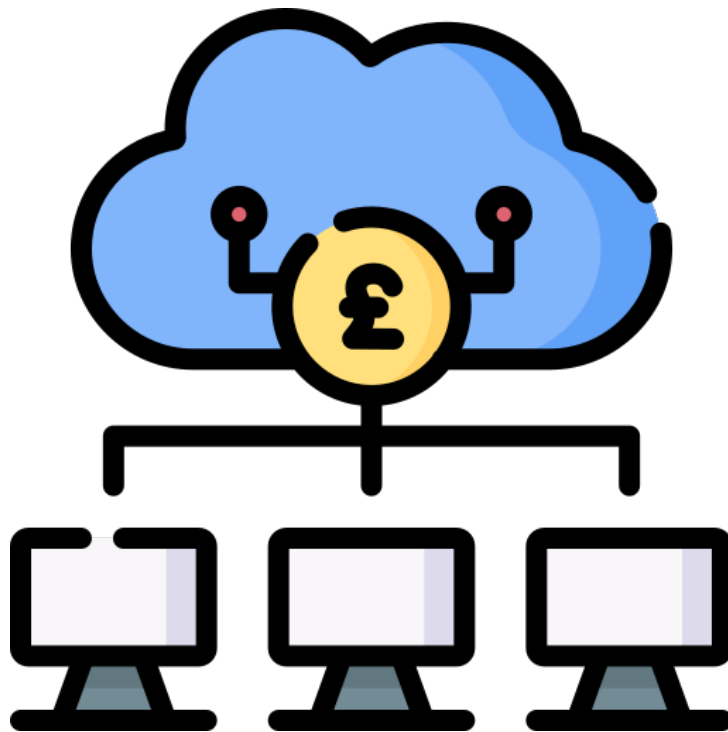
สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 : คำอธิบายโครงการ และหลักสูตร	1
1.1 แนะนำโครงการ	2
1.2 คำอธิบายหลักสูตร	8
บทที่ 2 : แบบทดสอบและประเมินผลก่อนเรียน	13
2.1 แบบทดสอบก่อนพัฒนากิจกรรม (Pre-Test)	14
2.2 แบบประเมินทักษะก่อนการพัฒนากิจกรรม (Pre-Embedded Skill)	20
บทที่ 3 : การพัฒนากิจกรรม	22
3.1 บทที่ 1 : จุลชีววิทยาของการฆ่าเชื้ออาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท	23
3.2 บทที่ 2 : หลักการใช้ความร้อนในการฆ่าเชื้ออาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท	47
3.3 บทที่ 3 : การคำนวณเพื่อกำหนดการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน	64
3.4 บทที่ 4 : อุปกรณ์และระบบการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน-ระบบแบบเป็นชุด	83
บทที่ 4 : แบบทดสอบและประเมินผลหลังเรียน	92
4.1 แบบทดสอบหลังพัฒนากิจกรรม (Post-Test)	93
4.2 แบบประเมินทักษะหลังการพัฒนากิจกรรม (Post-Embedded Skill)	99
4.3 เฉลยแบบทดสอบก่อน-หลังพัฒนากิจกรรม	101
บทที่ 5 : แผนงาน (Action Plan)	107
5.1 แบบฟอร์มแผนงาน (Action Plan)	108

บทที่ 1 : คำอธิบายโครงการ และหลักสูตร



1.1 แนะนำโครงการ





BRAIN POWER SKILL UP

ภายใต้
แผนงานการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีของบุคลากร
ภาคอุตสาหกรรม
โครงการสร้างกำลังคนและทักษะแห่งอนาคตในภูมิภาคเพื่อตอบโจทย์
การพัฒนานวัตกรรมของประเทศ



สร้างทักษะกำลังคนขั้นสูง
เพื่อรับมือความเปลี่ยนแปลง
วางแผนขับเคลื่อนธุรกิจสู่อนาคต

1 ภาพรวมแผนงาน “การพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีของบุคลากรภาคอุตสาหกรรม (Brain Power Skill Up)”

รายละเอียด

หลักสูตรพัฒนาทักษะสำหรับภาคอุตสาหกรรม (upskill for future technology) จำนวน 20 หลักสูตร เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง (transform) เทคโนโลยีของบริษัท เช่น AI, Data science, Big Data เป็นต้น



กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรในภาคอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างกำลังคนและทักษะแห่งอนาคตในภูมิภาค ให้ตอบโจทย์การพัฒนาอนาคตของประเทศไทย
2. เพื่อสร้างระบบนิเวศเทคโนโลยีและนวัตกรรมในสถาบันการศึกษา

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพในการต่อยอด



ยานยนต์สมัยใหม่



อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ



ท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ



การแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมอนาคต



หุ่นยนต์เพื่อการผลิต



การบินและโลจิสติกส์



เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ



ดิจิทัล



การแพทย์ครบวงจร

อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในภาคเหนือ



การแปรรูปอาหาร



เกษตร



กาแฟ



Herb & Cosmetics

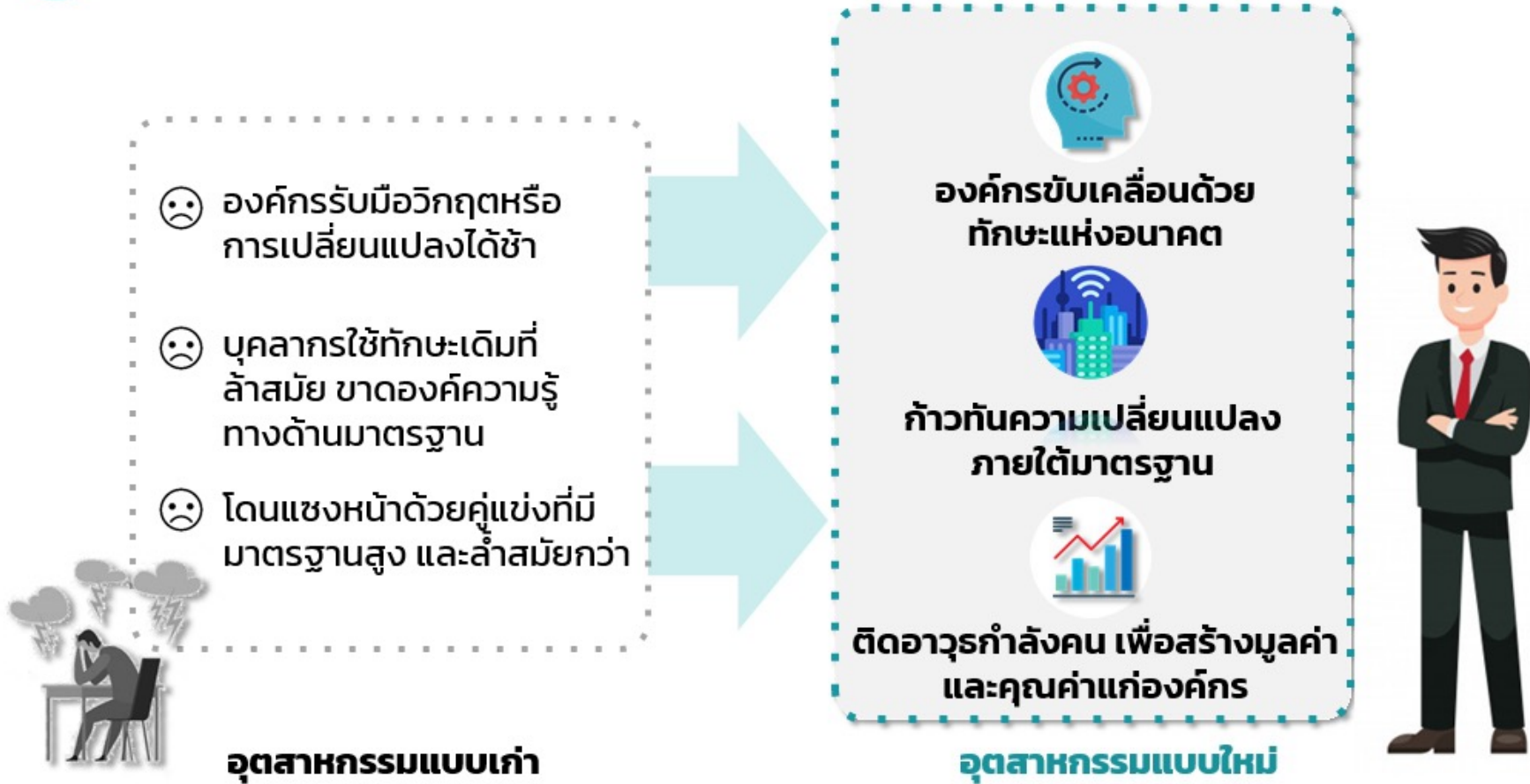


Fashion & Jewelry



Gift & Lifestyle

2 หลักการและความสำคัญ



3 กลไกการสร้างทักษะ (10 ขั้นตอน)



Josh Kaufman

- 1 แนะนำโครงการ และ กิจกรรมสร้างเครือข่าย (Networking Workshop)
- 2 แบบทดสอบก่อนพัฒนาทักษะ (Pre-Test)
แบบประเมินทักษะก่อนเรียน (Pre-Embedded Skill Evaluation)
- 3 เรียนภาคทฤษฎี (Lecture)
- 4 การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Case-Studies & Workshop)
- 5 เรียนภาคปฏิบัติ (Hands-On)
- 6 การเขียนแผนงาน ทุกวันหลังเลิกเรียน (Assignment – Action Plan)
- 7 การให้คำปรึกษาแผนงานโดยผู้เชี่ยวชาญ (Feedback) ทุกวันหลังเลิกเรียน
- 8 บันทึกความก้าวหน้าการพัฒนาทักษะ: Learning Curve Record ทุกวันหลังเลิกเรียน
- 9 แบบทดสอบหลังพัฒนาทักษะ (Post-Test)
แบบประเมินทักษะหลังเรียน (Post-Embedded Skill Evaluation)
- 10 ผู้เรียนนำเสนอแผนงาน Action Plan

4 ผลลัพธ์ทักษะ (Learning Output)



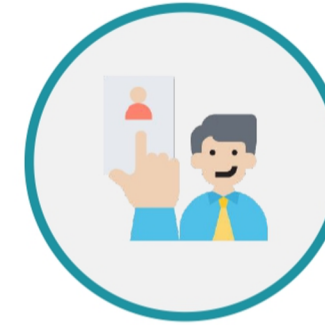
ผู้เรียนได้ทดสอบ
องค์ความรู้
ผ่าน **Pre-Test**
และ **Post-Test**



ผู้เรียนบันทึกและวางแผนการ
พัฒนาทักษะของตนเอง ผ่าน
Learning Curve Record

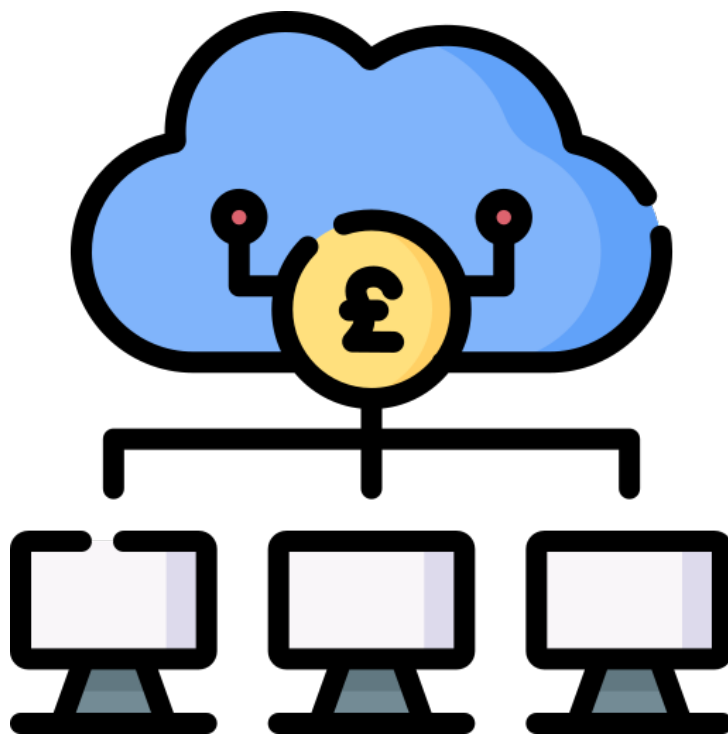


ผู้เรียนได้แผน
Action Plan
รายคน



ผู้เรียนได้รับการวัดผลสำเร็จ
การพัฒนาทักษะ ก่อนและหลัง
**(Pre-Post Embedded Skill
Evaluation)**
โดยวัดผลลัพธ์ 5 ทักษะ
เพื่อนำมาทำ Radar Chart

1.2 คำอธิบายหลักสูตร



ประเภท 1

การพัฒนาทักษะความสามารถทางเทคโนโลยีของบุคลากรขั้นพื้นฐาน

หลักสูตรที่ 9 | ทักษะการพัฒนาองค์กรสู่ยุคดิจิทัลสำหรับผู้บริหาร

Digitization skill for C – level

คำอธิบาย : สร้างทักษะการพัฒนาองค์กรสู่ยุคดิจิทัล โดยการเปลี่ยนแนวคิดเชิงกลยุทธ์ เปลี่ยนทัศนคติ และวิธีทำธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างเท่าทันเทคโนโลยีและมีการพัฒนาไปสู่สิ่งที่สูงกว่าคาดหวัง เนื่องด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นการสร้างกระบวนการใหม่ในการพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ส่งผลให้องค์กรก้าวทันการเปลี่ยนแปลง สามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ให้เหมาะกับองค์กร ทำให้เกิดการพัฒนอย่งก้าวกระโดด

วัตถุประสงค์ : 1. สร้างความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในโลกดิจิทัล

2. สร้างทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ทั้งที่กำลังจะเข้ามา Disrupt การทำธุรกิจ ที่กำลังมาช่วยสร้างมูลค่าในการทำธุรกิจ และที่กำลังมาทำให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจ ทั้งนี้รวมถึงนโยบายและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. สร้างทักษะการกำหนดทิศทางวางแผนการสร้างกลยุทธ์ด้านดิจิทัลให้กับองค์กร การสร้างวัฒนธรรมและการพัฒนาบุคลากร การติดตามและประเมินผล ความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่เกิดจากการวางกลยุทธ์ด้านดิจิทัล

ผลลัพธ์ทักษะ : 1. ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Awareness)

2. ทักษะการเข้าใจลูกค้า (Customer-Centricity)

3. ทักษะการประยุกต์เทคโนโลยีมาตอบโจทย์ปัญหา (Problem-Solution Fit)





4. ทักษะการคิดเชิงธุรกิจในยุคดิจิทัล (New Business Model in Digital Era)

5. ทักษะการนำเสนอเพื่อดึงดูดใจ (Pitching Perfect)

อุตสาหกรรมเป้าหมาย : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหาร หัวหน้างาน

วิทยากร :

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงาน	ความเชี่ยวชาญ	รูปภาพ
1	ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์	พาร์ทเนอร์ของ TIME Digital Course Director for MSC” in Digital Innovation and Technology Management (DITM), UTCC	- ด้านการเปลี่ยนถ่ายองค์กรสู่ยุคดิจิทัล	
2	คุณจักรกฤษณ์ สังกิตติวรรณ	Managing Partner at TIME Consulting Co.,Ltd	- ด้านดิจิทัลและการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล	
3	ดร. กฤษกร สุขเวชชวรกิจ	Program Chair of Health Business Management Lecturer of Entrepreneurship and Innovation	- ด้าน เศรษฐศาสตร์ และธุรกิจ โรงพยาบาล	
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวิทย์ ไชยสุ	Founder of Thaiwis Creation Company Limited, Committee of Student Development and Arts and Culture Management at Panyapiwat Institute of Management	- ด้านนวัตกรรม การจัดการด้านการเกษตร	

เนื้อหาที่เรียน :

ลำดับที่	เนื้อหาที่เรียน
1	การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม
2	เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับโลกยุคใหม่
3	การบรรยายจากวิทยากรพิเศษ โดย คุณราเมศ รัตยัตถกร (บริษัท มาตามแมงโก้ จำกัด)
4	บทบาทของ “ผู้นำ” ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็น “องค์กรดิจิทัล”
5	Transformation Project Ideas
6	ทำความเข้าใจกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
7	Creating Transformation Project Ideas
8	กระบวนการคิดเชิงออกแบบ - Empathize
9	กระบวนการคิดเชิงออกแบบ – Empathize (ทบทวน) และ Define, Ideate
10	กระบวนการคิดเชิงออกแบบ – Prototype และ Test
11	Business Model Canvas
12	เตรียมพร้อมสำหรับการนำเสนอไอเดีย (Pitching Preparation)
13	ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล
14	นำเสนอไอเดียของคุณ (Project Pitching)
15	<p>WORKSHOP:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Word Stacks - Opposite Thinking - Idea Iteration - เป่ายี่งอขำสามสายพันธุ์ (Rock Paper Scissors Species) - องค์กรของคุณจัดการกับความท้าทายด้านดิจิทัลได้ดีแค่ไหน ? - Wallet Game - ทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะ Empathy Mapping - Value Proposition Canvas - Business Model Canvas Workshop - สร้างสไลด์สำหรับการนำเสนอ (Creating Pitch Deck)

ลำดับที่	เนื้อหาที่เรียน
16	<p>CASE STUDY:</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G - ทำความรู้จักกับตัวอย่างโปรเจกต์และโมเดลธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละอุตสาหกรรมที่มีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมหรือมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล

วิธีการเรียน :

1. แนะนำโครงการ Brain Power Skill Up
2. แบบทดสอบก่อนพัฒนาดัชนี (Pre-Test)/แบบประเมินทักษะก่อนเรียน (Pre-Embedded Skill Evaluation)
3. เรียนภาคทฤษฎี (Lecture)
4. การเขียนแผนงาน ทุกวันหลังเลิกเรียน (Assignment – Action Plan)
5. บันทึกความก้าวหน้าการพัฒนาดัชนี Learning Curve Record ทุกวันหลังเลิกเรียน
6. แบบทดสอบหลังพัฒนาดัชนี (Post-Test)/แบบประเมินทักษะหลังเรียน (Post-Embedded Skill Evaluation)

บทที่ 2 : แบบประเมินผลก่อนเรียน



2.1 แบบทดสอบก่อน พัฒนาทักษะ (Pre-Test)



ส่วนที่ 1 ลงทะเบียน

1. กรุณากรอกชื่อ-นามสกุล.....
2. สถานประกอบการ.....
3. Email.....
4. เบอร์โทร.....

ส่วนที่ 2 แบบทดสอบก่อนพัฒนาทักษะ: (Pre-Test)

- คำชี้แจง 1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ 15 คะแนน
2. จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใด **ไม่ใช่** ประเภทของนวัตกรรม

- Product Innovation
- Process Innovation
- Service Innovation
- Digital Innovation

2. ข้อใดตรงกับนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) มากที่สุด

- วิทยาการที่นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ และอุตสาหกรรม
- การเปลี่ยนถ่ายองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล
- กระบวนการใหม่ที่ให้องค์กรเปิดรับและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แนวคิดและประสบการณ์จากภายนอกองค์กร
- การปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโมเดลธุรกิจแบบใหม่

3. ข้อใดกล่าวถึง AI ได้ถูกต้องที่สุด

- วิทยาการด้านปัญญาที่จะมาช่วยให้มนุษย์แก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดีขึ้น โดยใส่เจ้าปัญญาประดิษฐ์ลงไปใคอมพิวเตอร์ ให้คอมพิวเตอร์ช่วยจำลองการทำงานต่าง ๆ เลียนแบบพฤติกรรมของคน
- การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ
- สิ่งที่มีประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งอาจเป็นเทคโนโลยี ความคิด หรือผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลขนาดใหญ่มากจนซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ธรรมดาไม่สามารถที่จะจัดการหรือวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อใดไม่ใช่ 3 ด้านหลัก ที่ Digital Capabilities เข้ามาปรับปรุงและพัฒนางานองค์กร

- Customer Experience
- Core Operation
- New Business Model
- Digital Era

5. Netflix เป็นหนึ่งในตัวอย่างของโมเดลธุรกิจใหม่ (New Business Model) ซึ่งตรงกับประเภทใดมากที่สุด

- Re-inventing Industries
- Substituting Services
- Reconfiguring Value Delivery Model
- Rethinking Value Proposition

6. ข้อใดคือ 3C's Model

- Communicate
- Collaborate
- Commit
- ถูกทุกข้อ

7. กระบวนการขั้นตอน Design Thinking คือข้อใด

- Ideate > Empathize > Define > Prototype > Test
- Empathize > Ideate > Define > Prototype > Test
- Empathize > Define > Ideate > Prototype > Test
- Define > Empathize > Define > Prototype > Test

8. ข้อใดคือข้อมูลของลูกค้า (Customer Profile)

- อายุ
- เพศ
- Lifestyle
- ถูกทุกข้อ

9. เกม Wallet ตรงกับการจำลองของกระบวนการใดมากที่สุด

- Design Thinking
- Business Model Canvas
- Project Idea Canvas
- ถูกทุกข้อ

10. ข้อใดตรงกับกระบวนการ Design Thinking มากที่สุด

- รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ทั้งใช้พัฒนาธุรกิจใหม่และปรับปรุงธุรกิจเดิม
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง การเชื่อมโยงช่องทางต่างๆ รวมให้เป็นหนึ่งเดียว โดยผสมผสานช่องทางการสื่อสารเหล่านั้นทั้งออนไลน์ (Online) และการขายหน้าร้าน (Offline)
- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- การสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

11. ในกระบวนการ Design Thinking นั้นประกอบไปด้วย 5 กระบวนการคือ Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test ข้อใดมีความหมายตรงกับ Empathize มากที่สุด

- การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยการเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- การระดมความคิดใหม่ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด หรือการสร้างความคิดต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น โดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด หลากหลายที่สุด
- การสร้างแบบจำลอง หรือการสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถามหรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อที่เราจะได้เข้าใจสิ่งที่เราอยากรู้มากยิ่งขึ้น
- การทดสอบ โดยเรานำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมากทดสอบกับผู้ใช้ หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนำผลตอบรับ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนคำแนะนำมาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงต่อไปให้ทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

12. การระดมความคิดหรือ Brainstorming อยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการ Design Thinking ใน

- Empathize
- Define
- Ideate
- Prototype

13. กระบวนการ Design Thinking สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ใด

- มีขั้นตอนกระบวนการคิดริเริ่มอย่างนวัตกรรม
- ประยุกต์ใช้ในการทำงานเชิงวิเคราะห์หรือวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้
- ถูกทุกข้อ

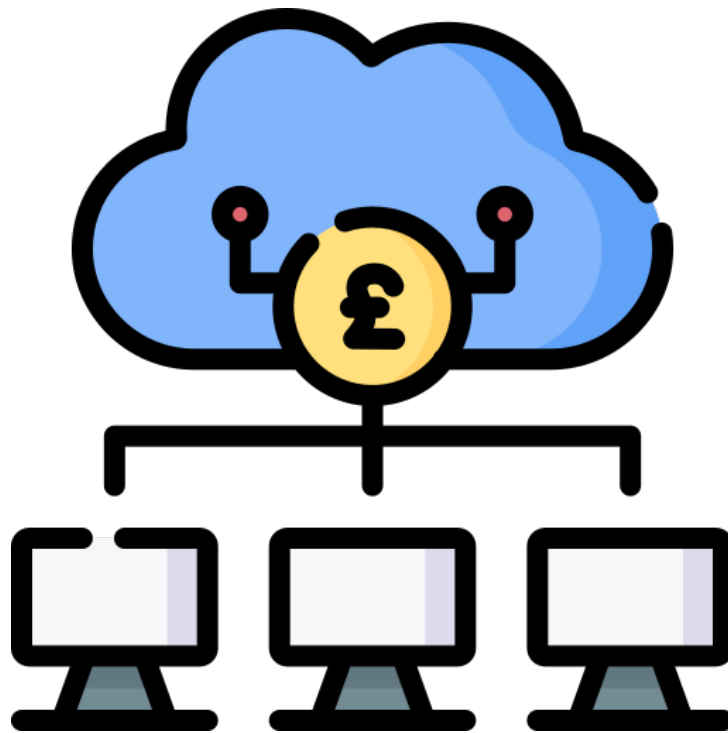
14. ข้อใดตรงกับ Minimal Viable Product (MVP) มากที่สุด

- สินค้าที่มีการทำงานที่หลากหลายฟังก์ชัน
- การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- ถูกทุกข้อ

15. ข้อใดตรงกับ Business Model Canvas มากที่สุด

- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- โมเดลสำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบในธุรกิจ
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง

2.2 แบบประเมินทักษะก่อนการพัฒนาทักษะ (Pre-Embedded Skill)



ส่วนที่ 1 สำหรับ ผู้เรียน
ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ-นามสกุล

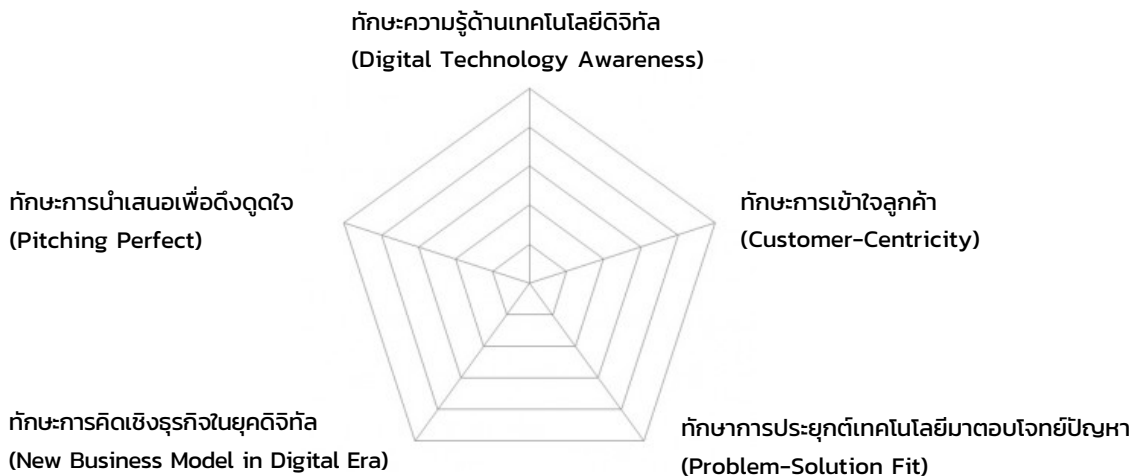
ชื่อสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 สำหรับ เจ้าของกิจการ หรือ หัวหน้างาน
2.1 การประเมินผู้เรียน
ความหมายระดับคะแนน

- 0 = Beginner ไม่มีความรู้ ไม่มีทักษะ
- 1 = Learner มีความเข้าใจในทฤษฎีเบื้องต้น
- 2 = Practitioner มีความเข้าใจในทฤษฎีอย่างเต็มที่ มีความรู้ด้านปฏิบัติเล็กน้อย สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาคือไม่ซับซ้อนได้
- 3 = Experienced มีความเข้าใจในทฤษฎีและปฏิบัติอย่างเต็มที่ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาคือซับซ้อนปานกลางได้
- 4 = Embedded เกิดทักษะติดตัว สามารถเชื่อมโยงความรู้ในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนมากได้ และสามารถกำหนดแผนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรได้และนำไปสู่การต่อยอดเพื่อลงมือทำจริง
- 5 = Broaden เกิดทักษะอย่างท่วงท่าในระดับผู้เชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดทักษะให้แก่ผู้อื่นได้

กรณ (✓) ในช่องระดับคะแนน

ผลลัพธ์ทักษะ	ระดับคะแนน					
	0	1	2	3	4	5
1. ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Awareness)						
2. ทักษะการเข้าใจลูกค้า (Customer-Centricity)						
3. ทักษะการประยุกต์เทคโนโลยีมาตอบโจทย์ปัญหา (Problem-Solution Fit)						
4. ทักษะการคิดเชิงธุรกิจในยุคดิจิทัล (New Business Model in Digital Era)						
5. ทักษะการนำเสนอเพื่อดึงดูดใจ (Pitching Perfect)						

การวิเคราะห์ผลการพัฒนาทักษะด้วยกราฟเรดาร์ (Radar Chart)


บทที่ 3 : การพัฒนาทักษะ



3.1 บทที่ 1 : Embedding Digital Mindset



STEP CMU
SCIENCE AND TECHNOLOGY PARK
CHIANG MAI UNIVERSITY

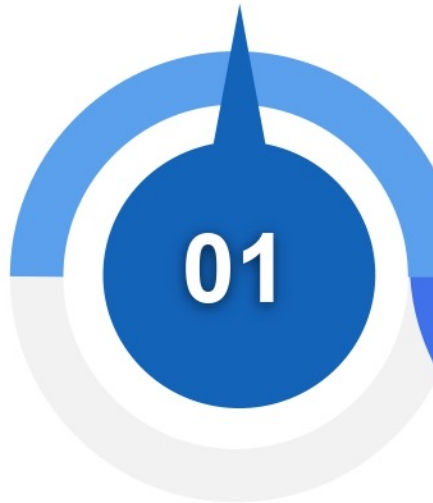
TIME
Digital

Next Digital Leaders





Embedding Digital Mindset



Digital Transformation Framework



Design Thinking Workshop



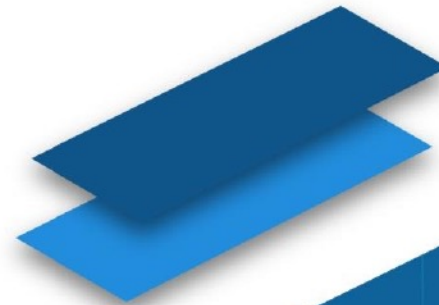
Refine your Product Realization





คุณจักรกฤษณ์ สังกิตติวรรณ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล
Managing Partner at TIME Consulting Co.,Ltd



ภาพรวม Canvas ที่ใช้ประกอบการอบรม ได้แก่ 1. Project Idea Canvas 2. Empathy Map 3. Value proposition 4. Business Model Canvas

1

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: _____

Core Operations How: _____

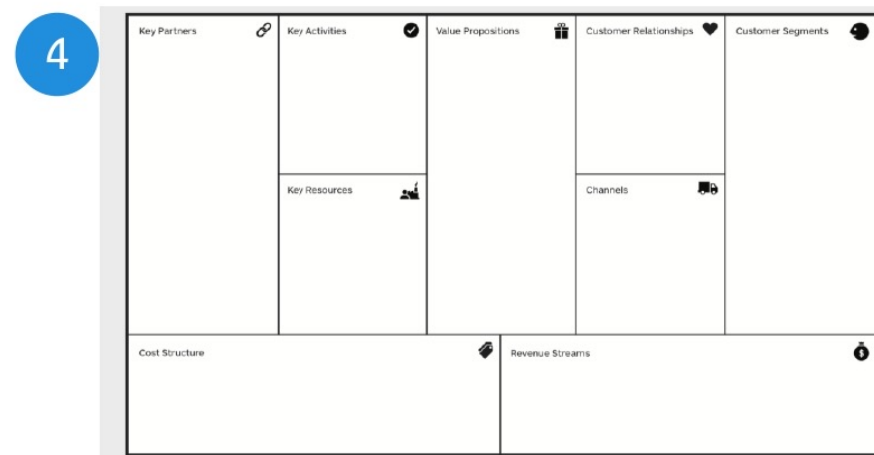
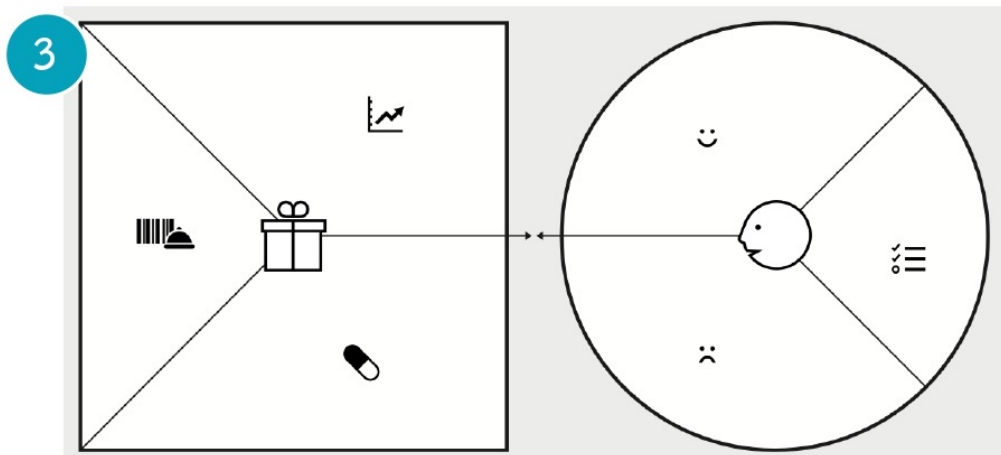
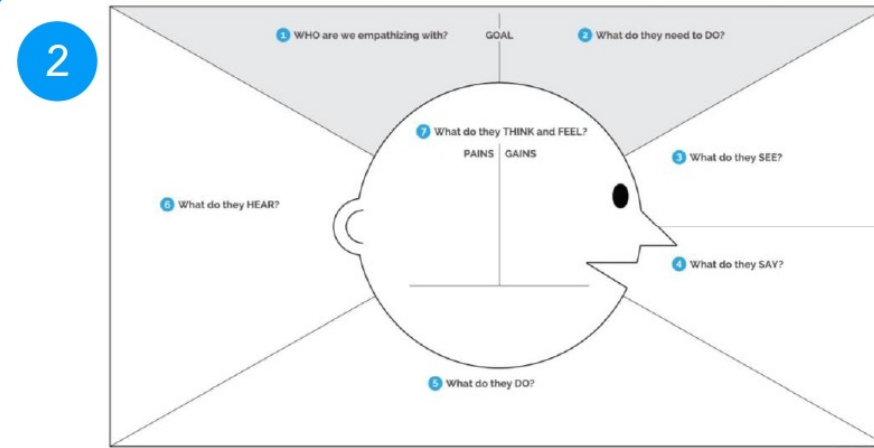
Business Model How: _____

Digital Vision How: _____

Leadership Capability

Organization Engagement How: _____

Organization Structure How: _____



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

Action Plan : การเขียนแผนงานธุรกิจในอนาคตของผู้เข้าร่วมพัฒนาทักษะ

ส่วนที่ 1

ส่วนที่ 1 สำหรับผู้เข้าร่วมพัฒนาทักษะ

ชื่อ-นามสกุล..... ชื่อสถานประกอบการ.....

ชื่อแผนงาน / ความต้องการ.....

วัตถุประสงค์.....

ที่	เป้าหมายความต้องการ/ปัญหา	กลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข	วิธีการดำเนินงาน (ระบุอย่างละเอียด)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่มี
						งบประมาณ

ส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 สำหรับหัวหน้างาน หรือ เจ้าของกิจการ

พิจารณาแผนของผู้เรียนนำเสนอ

.....

.....

แผนการต่อยอดหรือลงทุนจากทักษะที่ได้รับ

ที่	รายการ	พร้อมดำเนินงานทันที	มีแผนการดำเนินงานในอนาคต	โปรดอธิบายเพิ่มเติม	หมายเหตุ
1	ท่านสนใจลงทุนใน เครื่องจักร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	ท่านสนใจลงทุนใน กำลังคน เช่น มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อควบคุมเครื่องจักรที่ลดลงทุนเพิ่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	ท่านสนใจต่อยอดและลงทุน ในด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

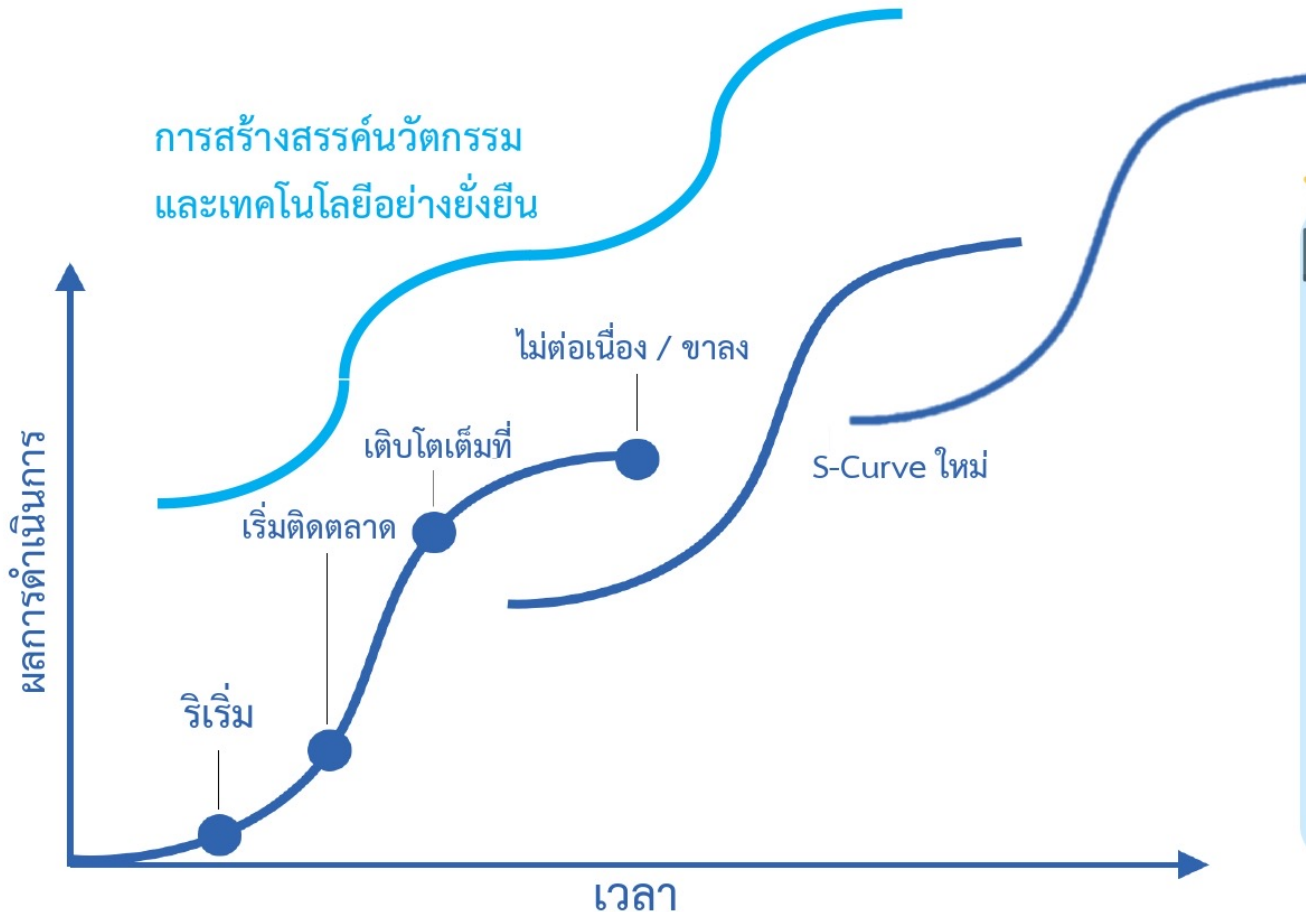
ความพึงพอใจต่อหลักสูตรพัฒนาทักษะ
() พึงพอใจมากที่สุด () พึงพอใจมาก () พึงพอใจปานกลาง () พึงพอใจน้อย

Agenda



- 1 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (Building Innovation Culture)
- 2 เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับโลกยุคใหม่ (Next Generation of Digital Technologies)
- 3 การบรรยายจากวิทยากรพิเศษ โดย คุณราเมศ รัตยั่นตรกร (บริษัท มาตามแมงโก้ จำกัด)
- 4 กรอบการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation Framework)

การมีวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมอย่างยั่งยืนในองค์กร ส่งผลให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว



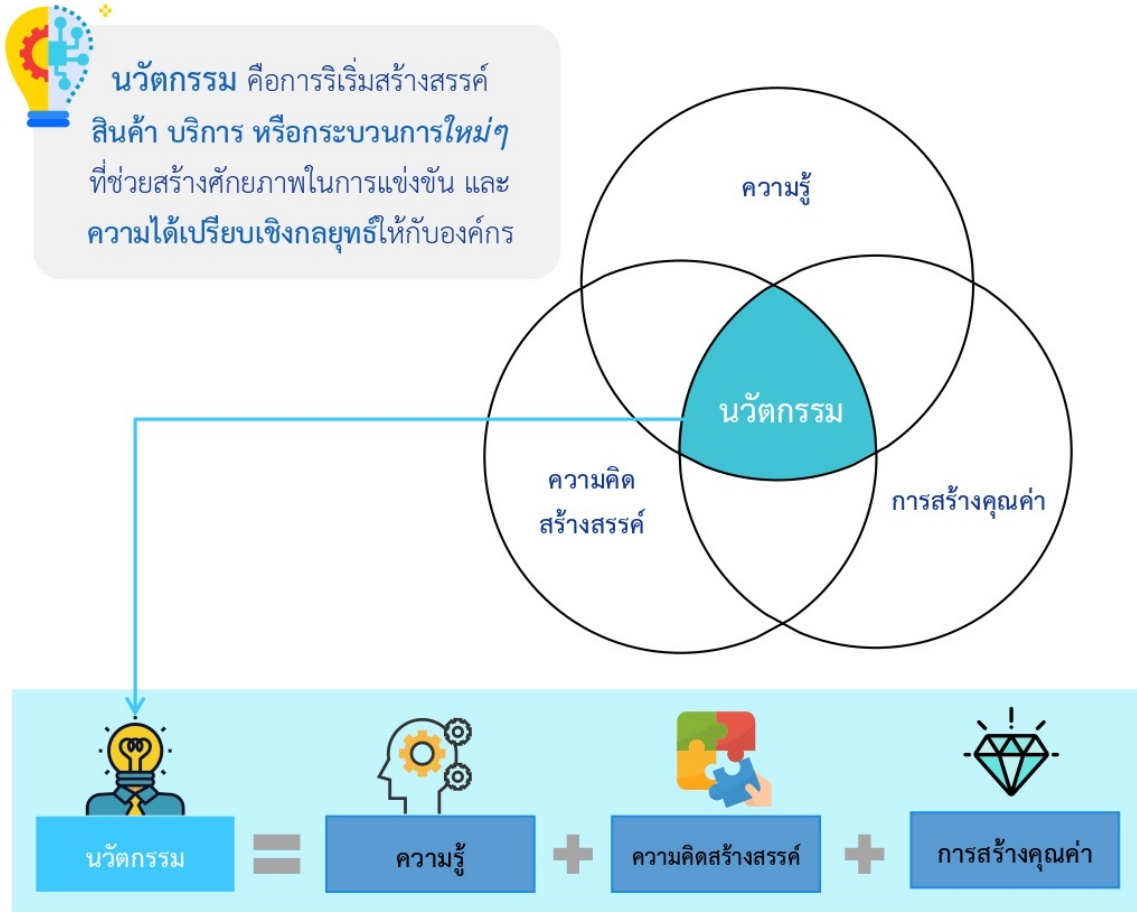
S-Curve ของนวัตกรรม

นวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งหมดจะต้องผ่านขั้นตอนการเติบโตและผลการดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลักๆ และแนวโน้มของการเติบโตเหล่านั้นจะช่วยให้การวางแผนธุรกิจ การตัดสินใจ และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยพัฒนานวัตกรรมใหม่เข้ามาต่อยอดการเติบโตของธุรกิจและองค์กร

องค์กรจะต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิด S-Curve ที่มีความยั่งยืน

Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

นวัตกรรมคือการคิดริเริ่มไอเดียใหม่ๆ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ๆ โดยมักเกิดจากการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่า



ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมในรูปแบบผลิตภัณฑ์

สิ่งใหม่ที่เข้ามาแทนที่หรือพัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมในตลาด มีคุณสมบัติหรือสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้ รวมถึงการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้หรือผู้บริโภคได้รับความคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมในรูปแบบบริการ

การเปลี่ยนแปลงการให้บริการและการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในกระบวนการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจในการรับบริการมากยิ่งขึ้น โดยจะส่งผลให้องค์กรมีรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีมากขึ้นได้

นวัตกรรมในรูปแบบกระบวนการ

ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมในรูปแบบโมเดลธุรกิจ

การคิดค้นโมเดลธุรกิจใหม่ๆ เกิดจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาดและการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีความคล่องตัว เพื่อให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจขององค์กรอยู่เสมอ

ตัวอย่างของนวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งช่วยเพิ่ม Competitive Advantage ให้กับธุรกิจ

นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ

สำนักพิมพ์ The New York Times ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบของแหล่งรายได้ จากการขายพื้นที่โฆษณาเป็นหลักในแบบเดิม มาเป็นการสมัครสมาชิก เพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล



นวัตกรรมด้านระบบนิเวศผลิตภัณฑ์

แบรนด์ Apple ได้สร้างระบบนิเวศที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งช่วยสร้างคุณค่า และความสะดวกรวดสบายให้กับลูกค้ามากขึ้น



iTunes – แสดงให้เห็นว่าผู้คนยินดีที่จะเสียเงินซื้อไฟล์เพลงดิจิทัล หากราคาสมเหตุสมผลมากพอ และมีรูปแบบการใช้งานที่เรียบง่าย



App store – รวบรวมแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ในเครือ Apple เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับอุปกรณ์

ตัวอย่างของนวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งช่วยเพิ่ม Competitive Advantage ให้กับธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

ช่วยส่งมอบคุณสมบัติใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครสามารถมอบให้ลูกค้าได้



กระบวนการใหม่ๆ

สร้างสรรค์กระบวนการและวิธีการทำงานใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครทำได้



จังหวะเวลาและความซับซ้อน ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยสร้างพื้นที่ในตลาด ดึงดูด – รักษากลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มกำไรให้กับนวัตกรรมได้



จังหวะเวลา

ข้อได้เปรียบของผู้ที่เริ่มก่อน (First-mover) – การเป็นคนแรกที่ริเริ่มสิ่งใหม่ จะช่วยสร้างความประทับใจและพื้นที่ในตลาดได้อย่างชัดเจน

ข้อได้เปรียบของผู้ที่ตามได้รวดเร็ว (Fast follower) – บางครั้งการที่เริ่มก่อน อาจหมายถึงการพบเจอกับอุปสรรคมากมาย จึงเป็นเรื่องที่ดีกว่าในการให้คนอื่นพบเจอกับปัญหาไปก่อน เพื่อให้สามารถเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตามมาอย่างรวดเร็วและไร้อุปสรรค

ความซับซ้อน

- การมอบคุณค่าหรือสิ่งที่คนอื่นไม่สามารถทำตามได้โดยง่าย
- จะมีคู่แข่งเพียงหยิบมือเดียวที่สามารถทำตามได้

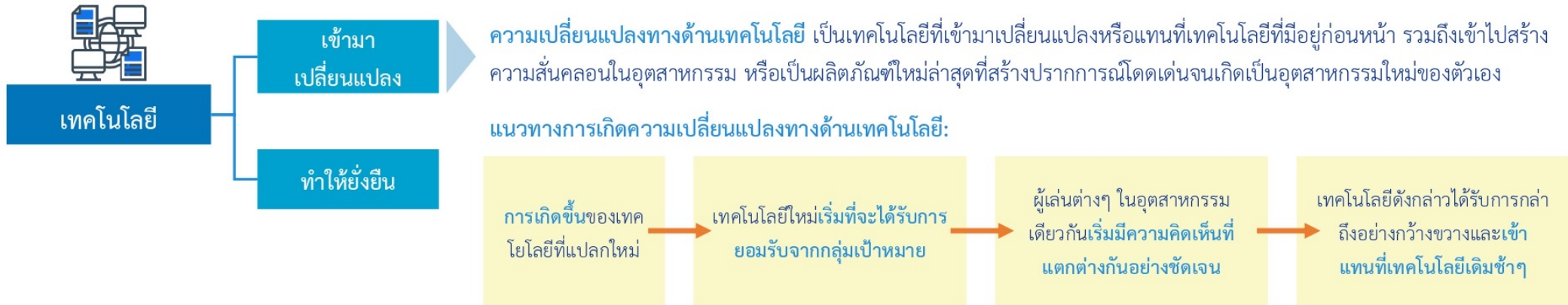


Agenda

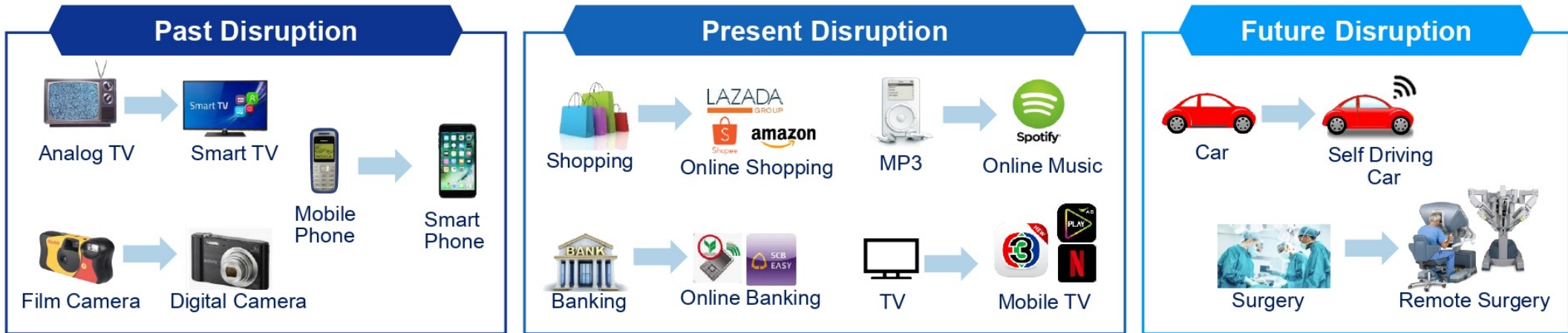


- 1 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (Building Innovation Culture)
- 2 เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับโลกยุคใหม่ (Next Generation of Digital Technologies)
- 3 การบรรยายจากวิทยากรพิเศษ โดย คุณราเมศ รัตยั่นตรกร (บริษัท มาตามแมงโก้ จำกัด)
- 4 กรอบการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation Framework)

ในปี พ.ศ. 2563 เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงหรือแทนที่แนวทางการทำธุรกิจแบบเดิมๆ ไปอย่างสิ้นเชิง และจะเข้ามาปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตในชีวิตประจำวันของทุกคน



ตัวอย่างของเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลง:



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

เทคโนโลยีเทรนด์ 10 อันดับแรกในปี 2565 ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในด้านธุรกิจและเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ท่ามกลางวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก

01

การปฏิวัติวงการการแพทย์และเภสัชกรรม ที่ก้าวหน้าขึ้นจากการทดสอบ Covid-19 และการพัฒนาวัคซีน



02

การพบปะทางไกลผ่านการออนไลน์จะเป็นเทรนด์ที่อยู่กับเรา



03

การขนส่งแบบสัมผัสกันน้อยที่สุด จะเป็นบรรทัดฐานใหม่



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

เกิดนวัตกรรมที่ขับเคลื่อน ด้วยตนเอง (Self-driving innovation)



Connected Future: 5G



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) จะเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ข้อมูล และการวางแผนการตลาด ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนในยุคดิจิทัล

การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำการตลาด
กลยุทธ์การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การเรียนรู้ของเครื่องจักร
และ AI จะช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์แผนการตลาด ความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



การใช้ AI ช่วยเพิ่มความ
พึงพอใจของลูกค้า 10%

ที่มา: ADOBE, Gartner และ Forrester



30% ของบริษัททั้งหมดจะใช้ AI
ในกระบวนการขาย ภายในปี 2020



ธุรกิจที่ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูล
การตลาดจะโตรวมกัน \$1.2
หมื่นล้าน ในปี 2020

1 การตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing)
ปัญญาประดิษฐ์ช่วยวิเคราะห์รายละเอียดข้อมูลของผู้บริโภค ช่วยให้สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (customer segments) ได้อย่างชัดเจน และเข้าใจเส้นทางของลูกค้า (customer journey) ได้อย่างครอบคลุม

2 การตลาดด้วยข้อมูลเชิงลึก (In-depth Marketing Data)
ข้อมูลลูกค้าและแนวโน้มของตลาดจะช่วยในการวางแผนการขายและการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุด และยังช่วยคาดการณ์แนวโน้มการซื้อและการเพิกเฉยของลูกค้าที่มีต่อแคมเปญได้อย่างแม่นยำ

3 ยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience)
อ้างอิงจาก Gartner พบว่าปัญญาประดิษฐ์จะเข้ามาจัดการกว่า 85% ของการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เช่น การมี Chatbot มาดูแลลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

Variety of Realities - ความหลากหลายของความเป็นจริง

Augmented Reality (AR) [1]

เทคโนโลยีที่นำภาพเสมือนมาวางทับซ้อนกับภาพจริงให้เข้าเป็นภาพเดียวกัน ผ่านการมองกล้อง

มีการตอบสนองระหว่างภาพที่แสดง กับสภาพแวดล้อมจริงของผู้ใช้เพียงเล็กน้อย หรือไม่มีเลย

ภาพที่แสดงผลจะไม่ขัดกับสภาพแวดล้อมจริง ต้องใช้แสงโดยรอบเพื่อให้จอภาพแสดงผลที่ใกล้เคียงสภาพแวดล้อมจริง ข้อกำหนดด้านความละเอียดและขอบเขตการมองเห็นจะขึ้นอยู่กับโปรแกรมที่ใช้



Mixed Reality (MR) [1]

เทคโนโลยีการนำภาพดิจิทัลกราฟิกที่สร้างจากคอมพิวเตอร์ (Computer-Generated-CG) มาซ้อนทับกับสภาพแวดล้อมรอบข้างได้อย่างสมจริง

ระบบสร้างแบบจำลองเรียลไทม์ ทำให้เนื้อหาบนภาพสามารถโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อมจริงได้ (วัตถุในห้อง ผนัง ยานพาหนะ ฯลฯ) และเนื้อหาจะเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมจริง

ในการแสดงผลคล้ายกับ AR แต่ต้องการข้อกำหนดด้านมุมมองที่ใหญ่กว่า



Virtual Reality (VR)

เทคโนโลยีการจำลองหรือแสดงสภาพแวดล้อมในชีวิตจริงที่ประดิษฐ์ขึ้นจากคอมพิวเตอร์ 100% ซึ่งเป็นการจำลองสถานการณ์ ให้ผู้ใช้รู้สึกเหมือนกำลังประสบกับสถานการณ์นั้นโดยตรง

VR ต้องการแสดงผลแบบสวมศีรษะที่ปิดสนิท (Head Mounted Display-HMD) ซึ่งแยกผู้ใช้ออกจากโลกภายนอกด้วยสายตา เพื่อประสบการณ์ที่สมจริง ระบบควรนำเสนอมุมมองและวิธีแก้ปัญหาที่ใกล้เคียงกับความสามารถของสายตามนุษย์



Realities Solution - Commerce



Agenda



- 1 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (Building Innovation Culture)
- 2 เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับโลกยุคใหม่ (Next Generation of Digital Technologies)
- 3 การบรรยายจากวิทยากรพิเศษ โดย คุณราเมศ รัตยัตถกร (บริษัท มาตามแมงโก้ จำกัด)
- 4 กรอบการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation Framework)



คุณรามศ รัตยันตรกร

RAMES RATYANTARAKOR

Founder of Madame Mango Company Limited

ความสุข มีค่ากว่าเงิน

Agenda



- 1 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (Building Innovation Culture)
- 2 เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับโลกยุคใหม่ (Next Generation of Digital Technologies)
- 3 การบรรยายจากวิทยากรพิเศษ โดย คุณราเมศ รัตยั่นตรกร (บริษัท มาตามแมงโก้ จำกัด)
- 4 กรอบการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation Framework)

นอกจากการลงทุนในด้านเทคโนโลยีและการมีบุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญในด้านดิจิทัลแล้วนั้น บุคลากรในองค์กรยังจำเป็นต้องมีแนวคิดด้านดิจิทัล (Digital Mindset) เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในยุคดิจิทัล



กรอบการเสริมสร้างแนวคิดด้านดิจิทัล (Digital Mindset Framework)

การมีแนวคิดในด้านดิจิทัลคือการหาสมดุลระหว่าง 4 ปัจจัย ต่อไปนี้:

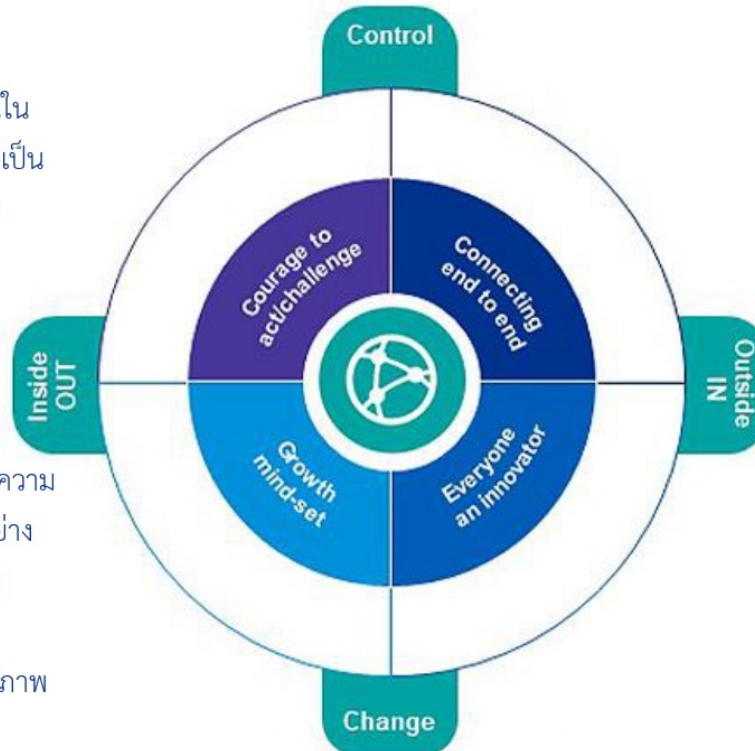


ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงหรือทำซน

มีอิสระในการตัดสินใจและกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ทุกคนในทีมมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และคว้าโอกาสในการเป็นผู้นำในโปรเจกต์หรืองานต่างๆ และสร้างความท้าทายใหม่ๆ โดยไม่กลัวการเปลี่ยนแปลง

แนวคิดที่พร้อมเติบโตและพัฒนา

วัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นและส่งเสริมนวัตกรรม จะเน้นความคล่องตัวในการทำงานและการเปิดรับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมี “แนวคิดที่พร้อมจะเรียนรู้” และ “ความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง” เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ



คิดอย่างเชื่อมโยง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การคิดอย่างเชื่อมโยงจะคำนึงถึงผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลอย่างครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ผลประโยชน์ทางธุรกิจ และประสบการณ์ของลูกค้า โดยประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อพัฒนาการทำงานต่อไป

ทุกๆ คนก็เป็นนวัตกรรมได้

ทุกคนสามารถช่วยพัฒนาและสร้างความเปลี่ยนแปลงได้ การนำเสนอและการแลกเปลี่ยนไอเดียนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในด้านกระบวนการ สินค้า หรือบริการ จะช่วยให้องค์กรสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และก้าวเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลได้

Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

8 ทักษะที่ผู้นำต้องพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความคิดและการปฏิบัติ โดยทักษะเหล่านี้เป็นเพียงการพัฒนาทักษะที่มีอยู่เดิมเพื่อการสร้างสภาพแวดล้อมของธุรกิจในรูปแบบทันสมัย

- 

การทำงานร่วมกัน (Collaborative)
ผู้นำที่ดีควรมุ่งมั่นที่จะรับฟังความคิดเห็นของทุกคน และมีการเปิดกว้างทางความคิด เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน
- 

ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy)
พัฒนาความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในทีมและปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ
- 

การเรียนรู้อย่างว่องไว (Learning Agility)
สามารถนำความรู้จากการเรียนหรือประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในงานและสถานการณ์ใหม่ๆ
- 

การปรับตัวอย่างรวดเร็ว (Rapid Adaptivity)
มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นของธุรกิจได้



- 

การยอมรับทางวัฒนธรรม (Cultural Dexterity)
สามารถทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรมเหล่านั้น
- 

ความเฉลียวฉลาด (Mental Agility)
สามารถคิดวิเคราะห์และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งต่างๆได้ในการแก้ปัญหา
- 

การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven)
สามารถใช้ข้อมูลที่มีอยู่เพื่อปรับปรุงการตัดสินใจและเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ
- 

การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)
สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองได้อย่างเหมาะสมต่อสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้า

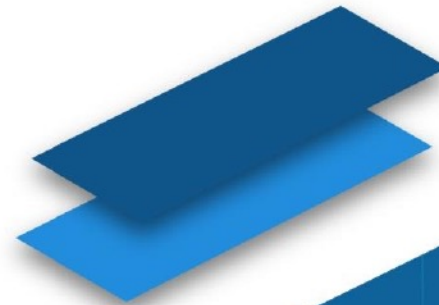
3.2 บทที่ 2 : Design Thinking Workshop





คุณจักรกฤษณ์ สังกิตติวรรณ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล
Managing Partner at TIME Consulting Co.,Ltd



Agenda



- 1 บทบาทผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Leadership Roles in Digital Transformation)
- 2 การออกแบบไอเดียเพื่อความเปลี่ยนแปลง (Transformation Project Ideas)
- 3 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมสำคัญสำหรับ Digital Transformation เป็นอย่างมาก ผลการวิจัยจาก MIT ระบุ Digital Culture ได้เป็น 7 คุณลักษณะหรือ 7 Digital DNA

Digital DNA หลักในการสร้าง Digital Culture ในองค์กร

Customer Centricity: ใช้เครื่องมือดิจิทัล (Digital Tools) เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าและเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

Innovation: สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเปลี่ยนแปลง (Disruptive Thinking) และ ทักษะคิดในการกล้าที่จะเสี่ยง (Risk-taking Mindset) นอกจากนี้ยังเปิดรับความคิดใหม่ๆ

Collaboration: เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการทำงานข้ามสายงาน (Cross-functional) และเครื่องมือดิจิทัล (Digital Tools)

Open Culture: สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอก เช่น ผู้ให้บริการภายนอก (Third-party vendors) Startups หรือ ลูกค้า



Data-driven: ใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจที่ดีขึ้น

Digital First Mindset: คิดถึงวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัลเป็นอย่างแรก และคิดถึงความเสี่ยงในแต่ละวิธีการแก้ไขปัญหาด

Agility and Flexibility: มีวิธีการทำงานที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเสมอ (Dynamic Working Process) และความสามารถในการปรับตัวเข้ากับความต้องการและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง (Change Management) เป็นการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญเพื่อนำไปสู่ Digital Transformation โดยแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับบุคคล 2) ระดับริเริ่ม และ 3) ระดับองค์กร



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) เป็นกระบวนการ เครื่องมือ และเทคนิค ในการเตรียมการ และสนับสนุนบุคลากรให้ยอมรับและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

3 ระดับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง



- **การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual Change Management)**
เป็นการเข้าใจประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคล และสิ่งที่บุคคลจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงสิ่งที่จะช่วยบุคคลเปลี่ยนผ่านไปสู่สิ่งใหม่ได้อย่างประสบความสำเร็จ



- **การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงระดับริเริ่ม (Initiative Change Management)**
เป็นการริเริ่มระบุมวล หรือบุคคล ที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง และต้องเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ทั้งยังเป็นการวางแผนเพื่อยืนยันว่ากลุ่มบุคคลนั้นๆ จะเกิดการตระหนักรู้ ความเป็นผู้นำ ได้รับการฝึกฝน เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จ



- **การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Enterprise Change Management)**
เป็นความสามารถหลักขององค์กรที่แสดงถึงความแตกต่างทางการแข่งขัน และความสามารถในการปรับตัวต่อโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

คุณคิดว่าองค์กรของคุณ
จัดการกับความท้าทาย
ด้านดิจิทัลได้ดีแค่ไหน?

คุณคิดว่าอะไรเป็น
อุปสรรคต่อการเป็น
องค์กรแห่งดิจิทัล?

ส่วนที่ 1 สำหรับผู้เข้าร่วมพัฒนาทักษะ

ชื่อ-นามสกุล..... ชื่อสถานประกอบการ.....
 ชื่อแผนงาน / ความต้องการ.....
 วัตถุประสงค์.....

ที่	เป้าหมาย/ความต้องการ/ปัญหา	กลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข	วิธีการดำเนินงาน (ระบุอย่างละเอียด)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่มี
						งบประมาณ

ส่วนที่ 2 สำหรับหัวหน้างาน หรือ เจ้าของกิจการ

พิจารณาแผนที่คุณเรียนนำเสนอ

 แผนการต่อยอดหรือลงทุนจากทักษะที่ได้รับ

ที่	รายการ	พร้อมดำเนินงานทันที	มีแผนการดำเนินงานในอนาคต	โปรดอธิบายเพิ่มเติม	หมายเหตุ
1	ท่านสนใจลงทุนใน เครื่องจักร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	ท่านสนใจลงทุนใน กำลังคน เช่น มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อควบคุมเครื่องจักรที่ได้ลงทุนเพิ่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	ท่านสนใจต่อยอดและลงทุน ในด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Agenda



- 1 บทบาทผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Leadership Roles in Digital Transformation)
- 2 การออกแบบไอเดียเพื่อความเปลี่ยนแปลง (Transformation Project Ideas)
- 3 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์
CHANAKAN SRIRATANABAN



PARTNER AT TIME DIGITAL,
COURSE DIRECTOR FOR MSc. IN DIGITAL INNOVATION
AND TECHNOLOGY MANAGEMENT (DITM), UTCC

เพื่อให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี องค์กรสามารถวางกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานของตนเอง เพื่อตอบสนองต่อ Digital Disruption เพื่อให้สามารถ Transform และรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ในการตอบสนองต่อ Digital Disruption



1. The Block Strategy:

ใช้ทุกวิถีทางเพื่อยับยั้งผู้ก่อกรวน วิธีการเหล่านี้ อาจรวมถึงการอ้างสิทธิ์ในสิทธิบัตรหรือการ ละเมิดลิขสิทธิ์

3. The Milk Strategy:

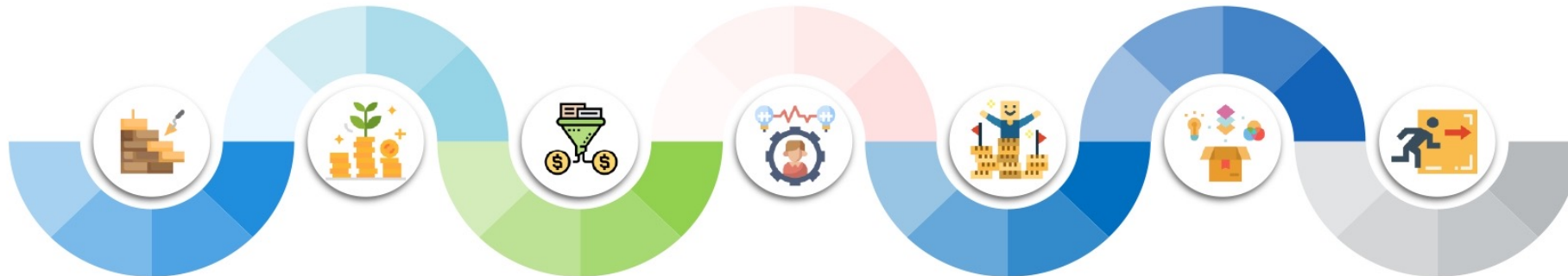
ดึงมูลค่าสูงสุดจากธุรกิจที่มีช่องโหว่ใน ขณะที่เตรียมพร้อมสำหรับการ Disruption ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

5. Retreat into a Strategic Niche:

มุ่งเน้นไปที่กลุ่มเฉพาะที่ทำกำไรซึ่งมี โอกาสน้อยที่จะเกิดการ Disruption

7. The Exit Strategy:

ออกจากธุรกิจทั้งหมดและคืนทุน ให้กับนักลงทุนโดยการขายกิจการ



2. Invest in Disruption:

การลงทุนต่อการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยี ความสามารถของมนุษย์ หรือการเข้าซื้อ บริษัท ที่มีลักษณะเหล่านี้

4. Disrupt the Current Business Strategy:

เปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่แข่งขัน โดยตรงกับผู้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง

6. Redefine the core Strategy:

การสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ทั้งหมดมักจะอยู่ใน อุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จาก ความรู้ที่มีอยู่ได้

Agenda

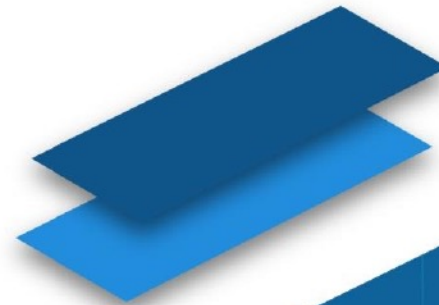


- 1 บทบาทผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Leadership Roles in Digital Transformation)
- 2 การออกแบบไอเดียเพื่อความเปลี่ยนแปลง (Transformation Project Ideas)
- 3 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)



คุณจักรกฤษณ์ สังกิตติวรรณ

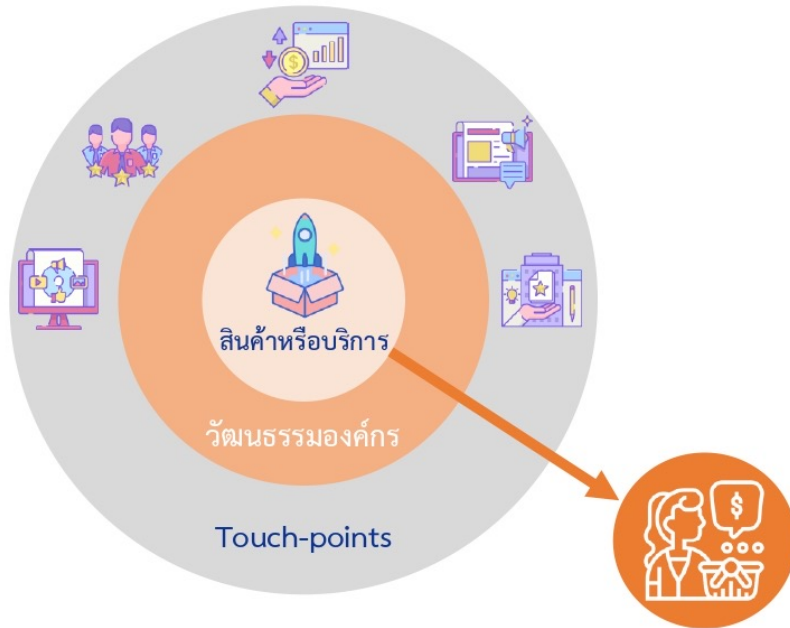
ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล
Managing Partner at TIME Consulting Co.,Ltd



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

กระบวนการแบบดั้งเดิม

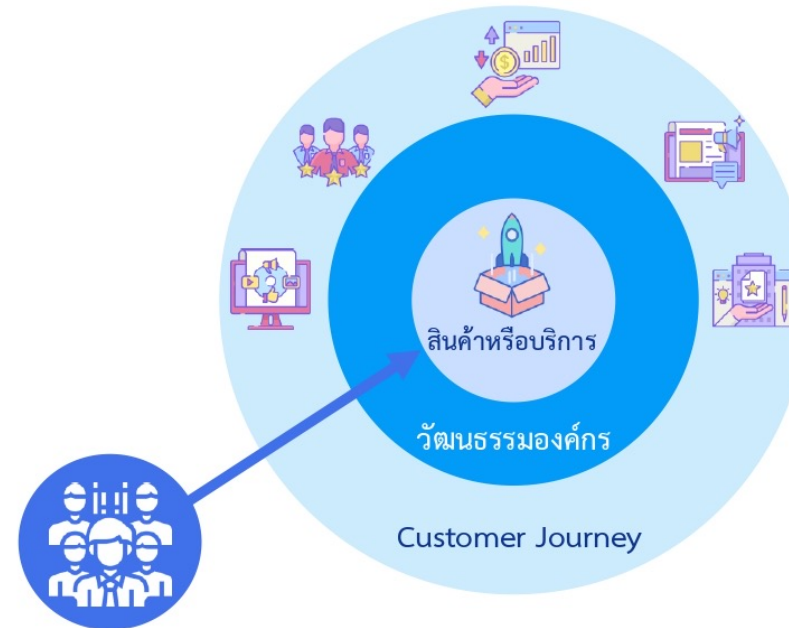
Inside-Out



สินค้าหรือบริการจะถูกพัฒนาออกมาก่อน และจะปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรและ touch-points เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และลูกค้าจะได้รับสินค้าหรือบริการเป็นขั้นสุดท้าย

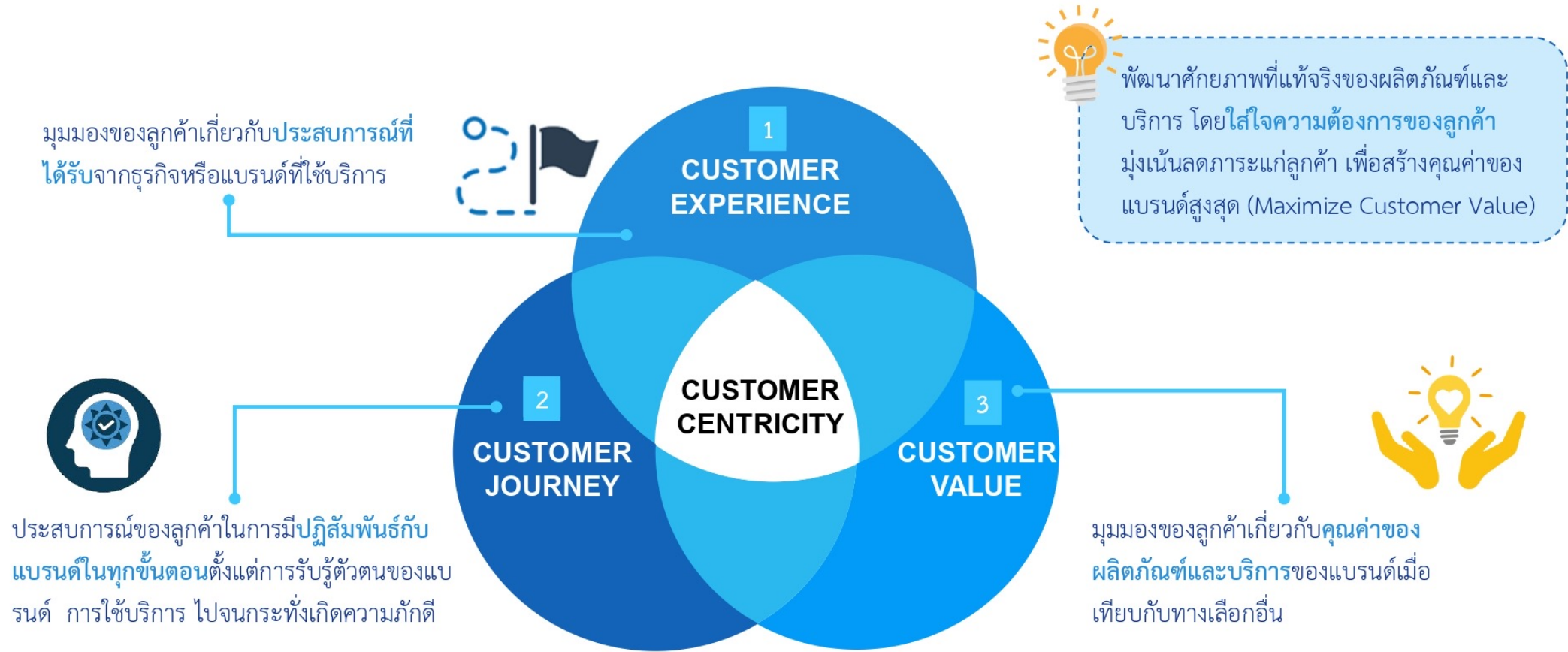
กระบวนการ Design Thinking

Outside-In



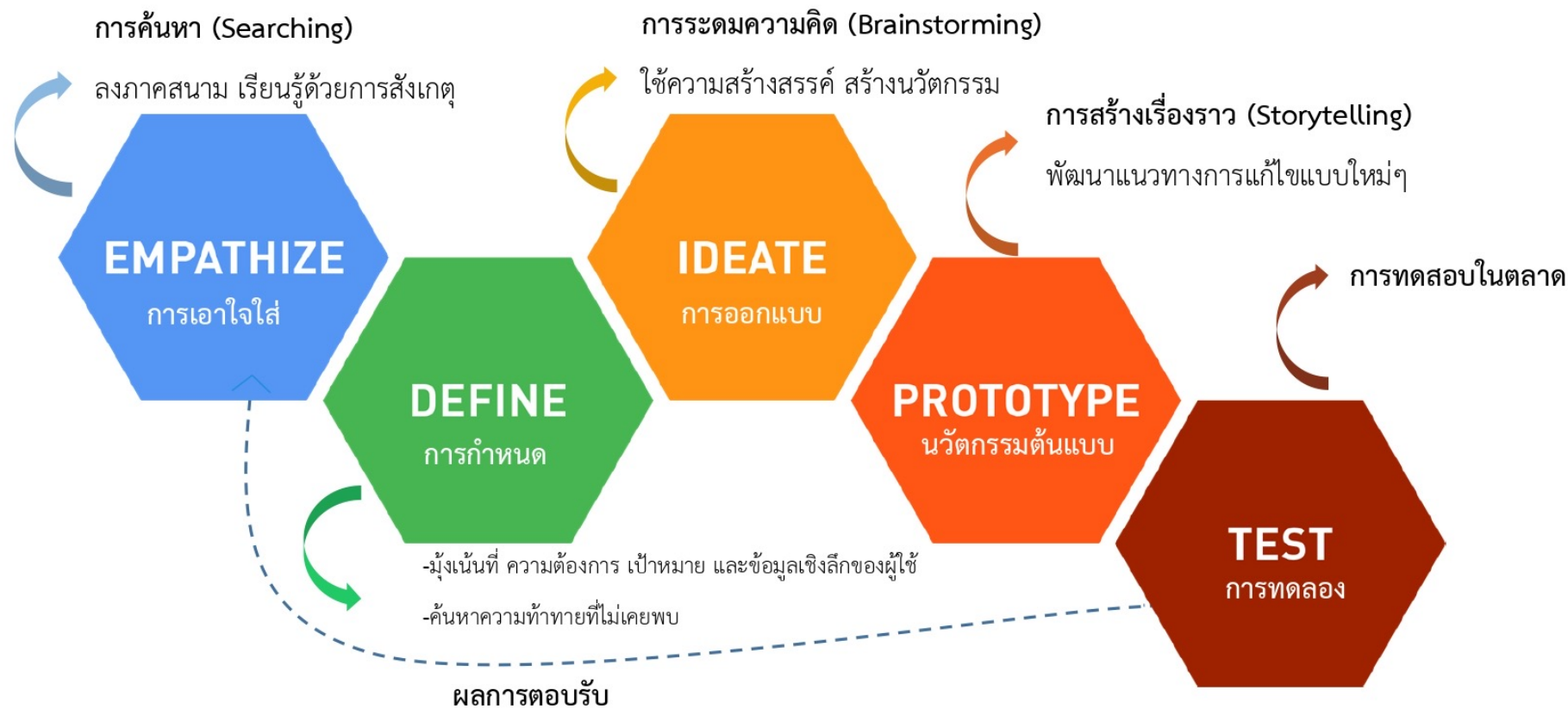
รวบรวมข้อมูลความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อออกแบบวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมกับ customer journey ก่อนที่จะพัฒนานวัตกรรมเป็นสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางการดำเนินธุรกิจนั้น มีปัจจัยสำคัญคือการสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นให้ลูกค้า ในทุกๆ จุดสัมผัสของเส้นทางการบริโภค และให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมาย

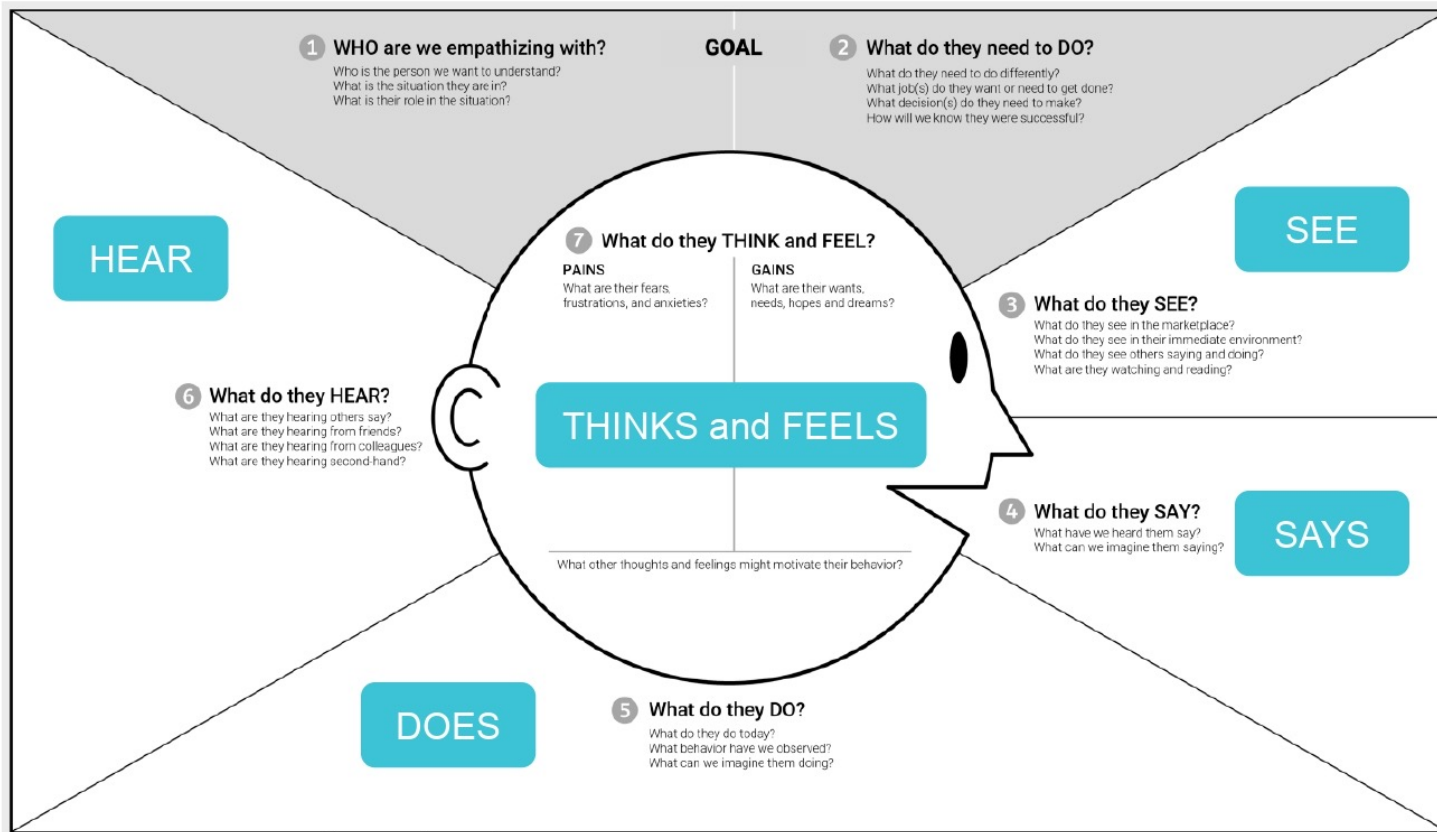


Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

“Design Thinking” เป็นแนวความคิดเพื่อแก้ปัญหา ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ Startups เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

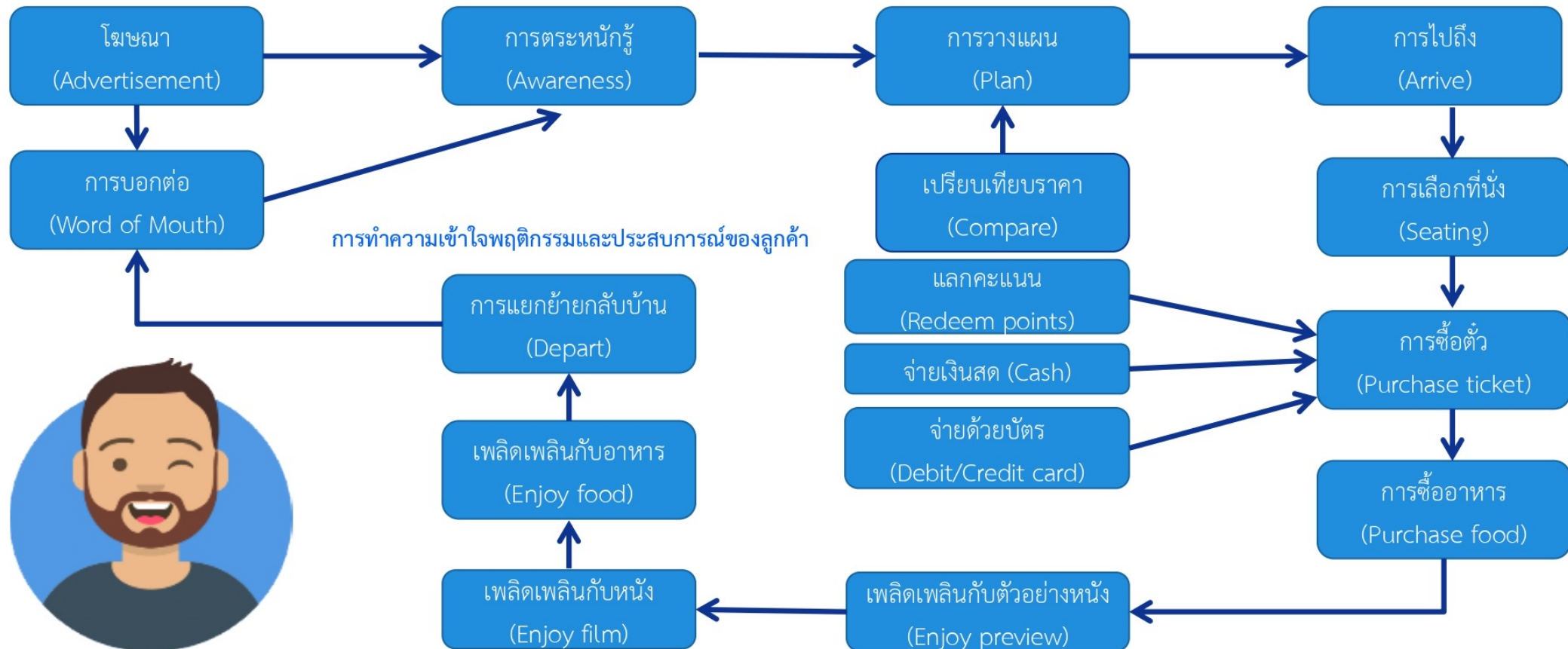


Empathy Map คือแผนผังที่แสดงถึงการศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทั้งความสนใจ ทักษะความสามารถ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต เพื่อเข้าถึงมุมมองความคิดทัศนคติ ความต้องการ และการกระทำของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง



- Empathy Map เป็นเครื่องมือ Collaborative Tool ที่ใช้รวบรวมและทำความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าหรือผู้บริโภค
- สามารถใช้ Empathy Map ในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ (Customer Segment)
- Empathy Map ถูกพัฒนาขึ้นโดย Dave Gray โดยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และได้รับความนิยมมากขึ้นในด้าน Agile

การทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าหรือผู้บริโภคตลอดทั้งเส้นทาง ตั้งแต่ก่อนการรับรู้ถึงสินค้า/บริการ ระหว่างการบริโภคและหลังการบริโภค จะทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

3.3 บทที่ 3 : Digital Transformation Framework



Agenda



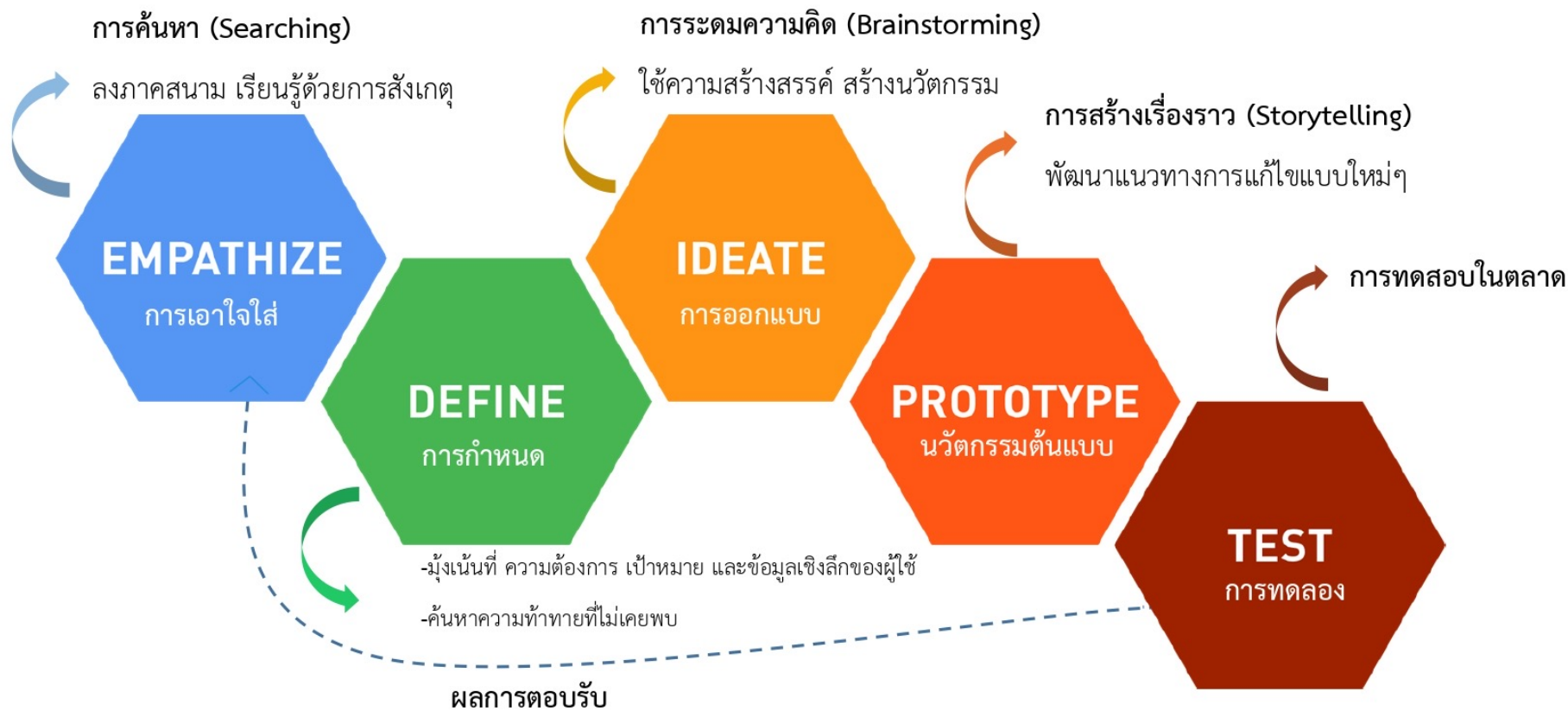
- 1 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
- 2 ออกแบบโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas
- 3 เตรียมพร้อมสำหรับการนำเสนอไอเดีย (Pitching Preparation)



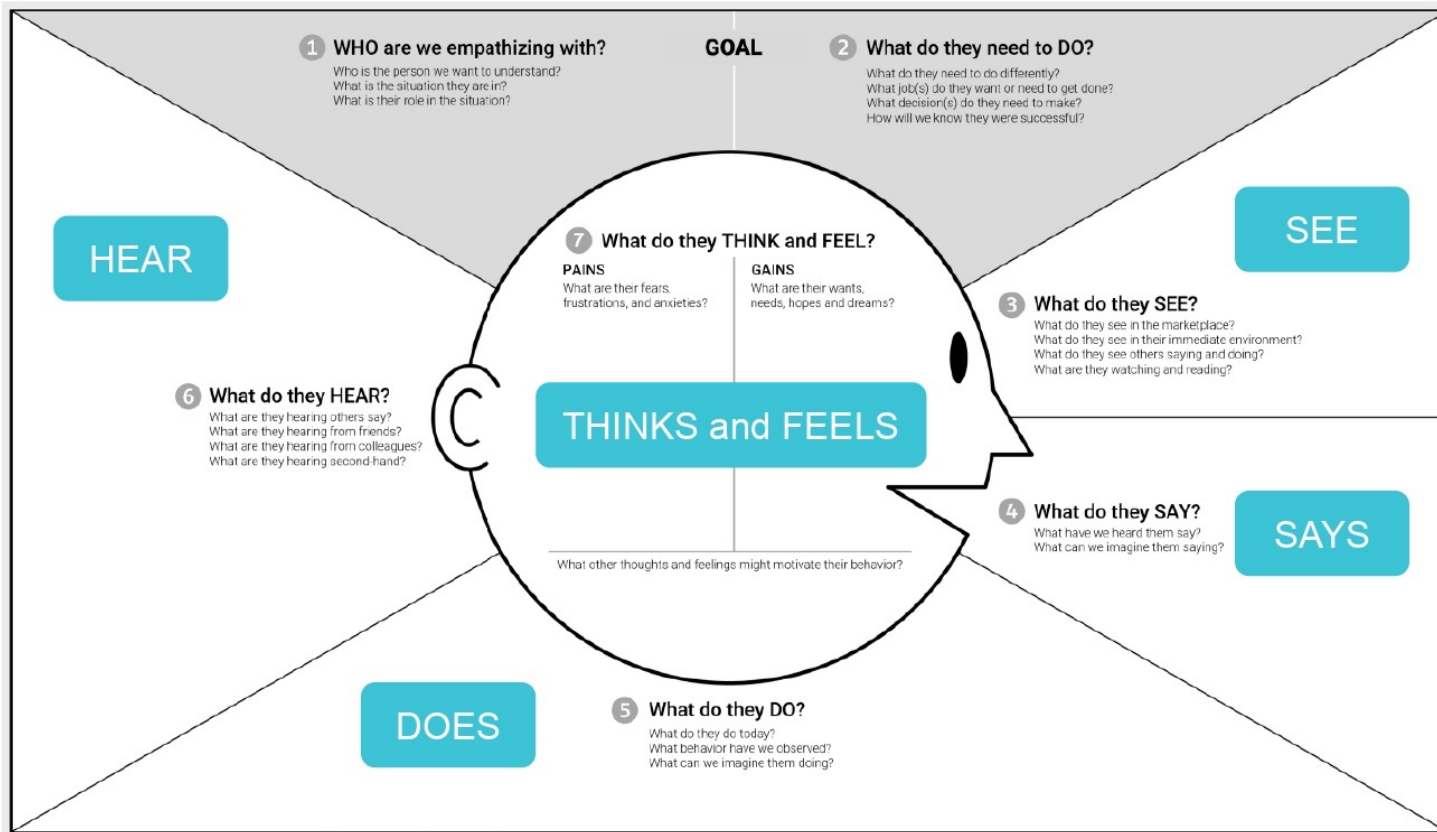
ดร. กฤษกร สุขเวชชวรกิจ
Krisakorn Sukavejworakit, Ph.D.

Program Chair of Health Business Management
Lecturer of Entrepreneurship and Innovation

“Design Thinking” เป็นแนวความคิดเพื่อแก้ปัญหา ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ Startups เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

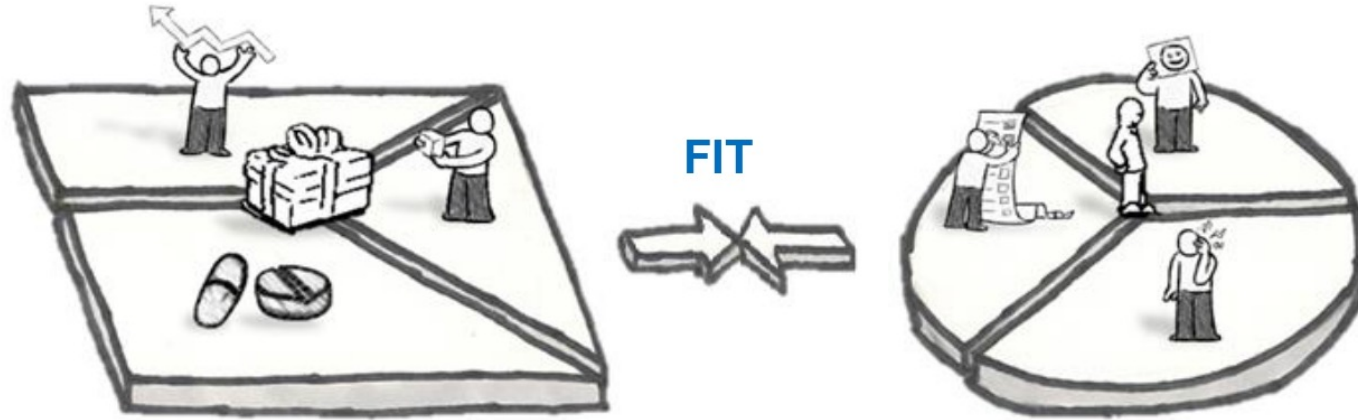


Empathy Map คือแผนผังที่แสดงถึงการศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทั้งความสนใจ ทักษะความสามารถ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต เพื่อเข้าถึงมุมมองความคิด ศนคติ ความต้องการ และการกระทำของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง



- Empathy Map เป็นเครื่องมือ Collaborative Tool ที่ใช้รวบรวม และทำความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าหรือผู้บริโภค
- สามารถใช้ Empathy Map ในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ (Customer Segment)
- Empathy Map ถูกพัฒนาขึ้นโดย Dave Gray โดยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และได้รับความนิยมมากขึ้นในด้าน Agile

การแก้ปัญหาแบบ Problem-Solution Fit จะเป็นสร้างสรรค์แนวทางแก้ปัญหาที่ตอบโจทย์ความต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้เกิดสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค



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

การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ในกระบวนการทำงานแบบ Agile จะมีความคล่องตัวมากกว่า โดยจะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้ด้วยสองวิธี ได้แก่ 1) MVP และ 2) MLP

MVP

MINIMUM VIABLE PRODUCT

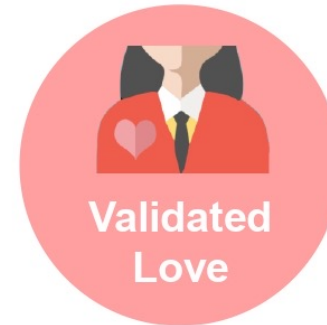


การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ตลาดและกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ความพยายามให้น้อยที่สุด

VERSUS

MLP

MINIMUM LOVABLE PRODUCT



การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นให้คนรักมากที่สุดและกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ของเราต่อ โดยใช้ความพยายามให้น้อยที่สุด

Agenda



- 1 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
- 2 ออกแบบโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas
- 3 เตรียมพร้อมสำหรับการนำเสนอไอเดีย (Pitching Preparation)

การที่จะสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าผ่านสินค้าและบริการใหม่นั้น จะต้องทำความเข้าใจก่อนว่าองค์กรต้องการจะมอบคุณค่าอะไรให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเมื่อคุณค่าของสินค้าและบริการเปลี่ยนไป รูปแบบของธุรกิจก็จะเปลี่ยนไปด้วย

Creating New Business Model means creating New Business Value

Business Value สามารถวัดได้โดย Value Receivers หรือลูกค้าของสินค้าหรือบริการ

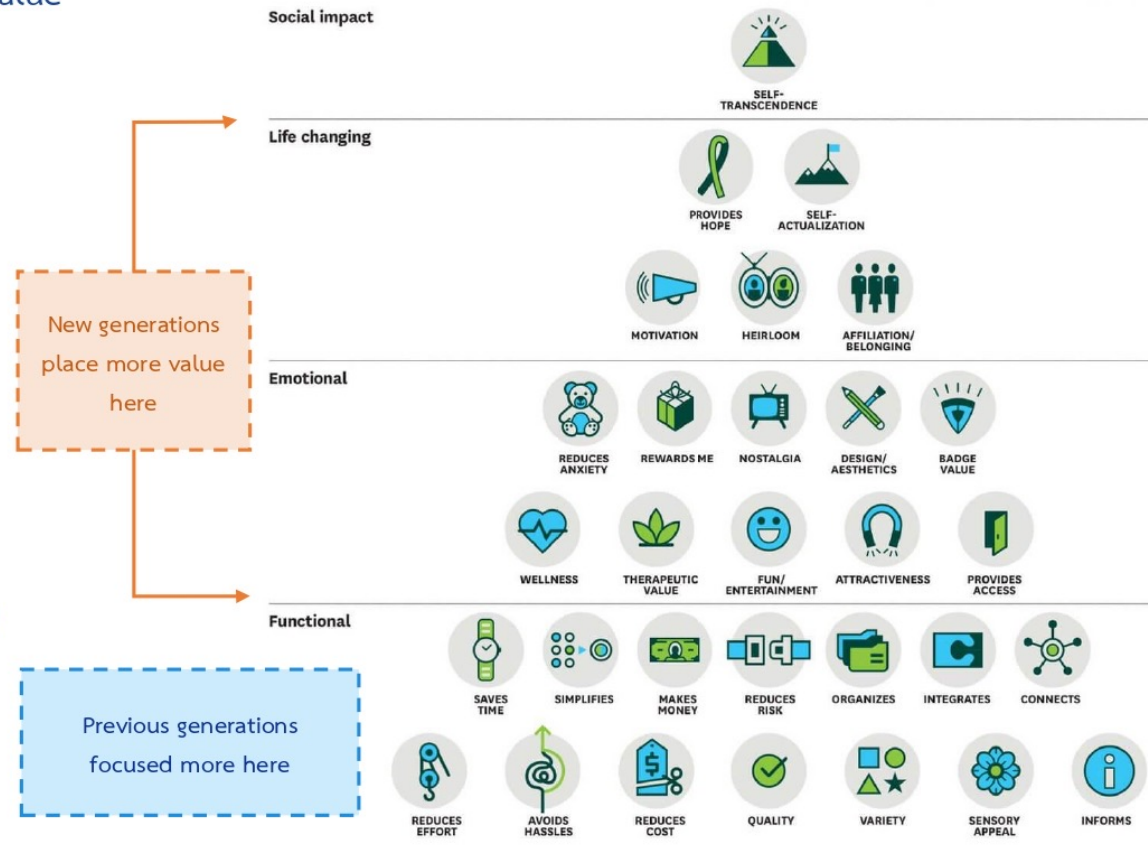
The Elements of Value Pyramid:

สินค้าและบริการ ส่งมอบองค์ประกอบพื้นฐานของคุณค่าที่สามารถระบุได้เป็น 4 ประเภท ของความต้องการ (needs) ได้แก่ Functional Values

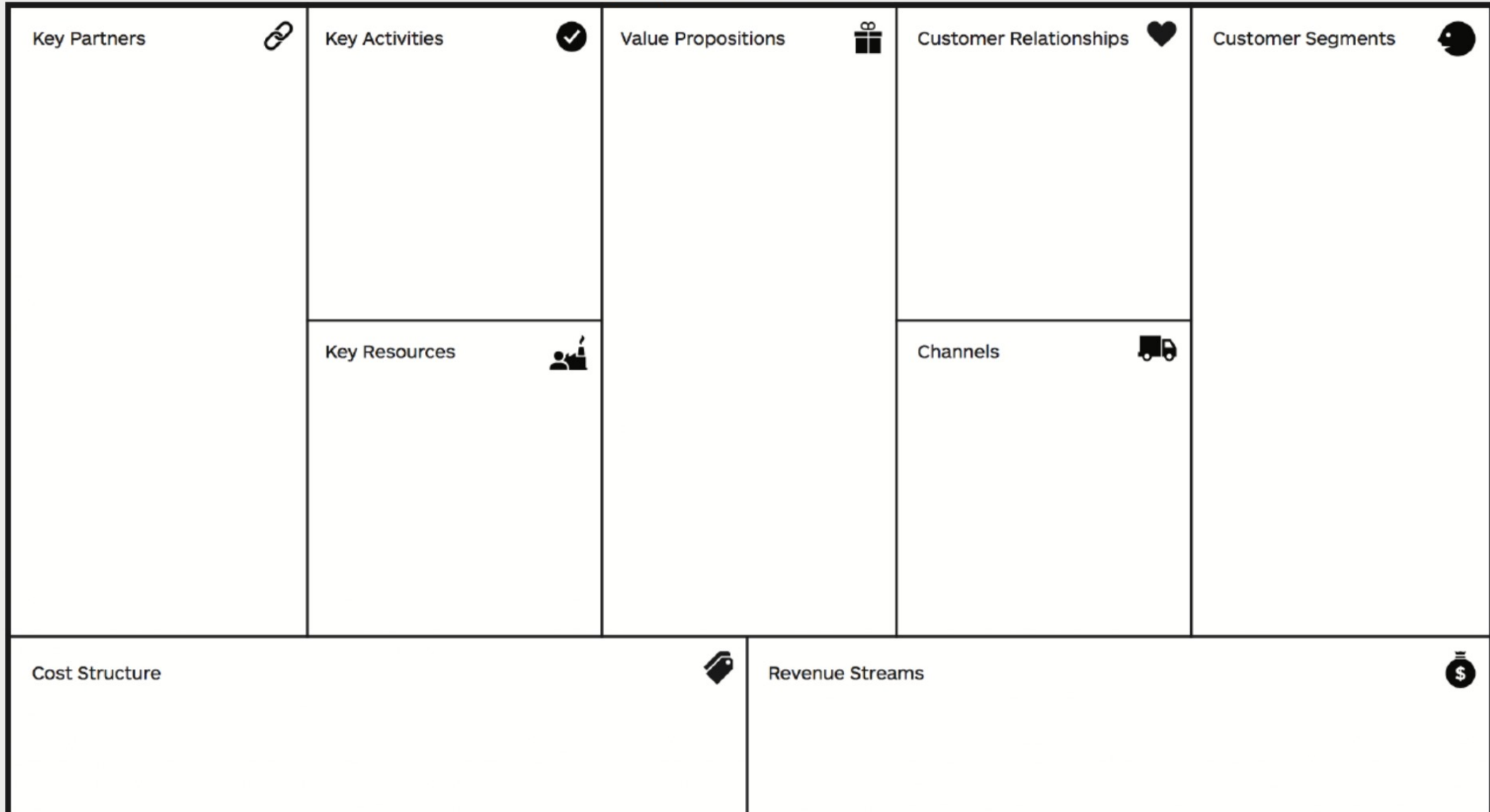
- 1) Emotional Values
- 2) Life Changing Values
- 3) Social Impact Values

ยิ่งมีองค์ประกอบมากเท่าไรความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น สิ่งนี้นำไปสู่การเติบโตของรายได้ที่ยั่งยืนของ บริษัท

When the “Value” changes,
other Business Elements will also change.



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

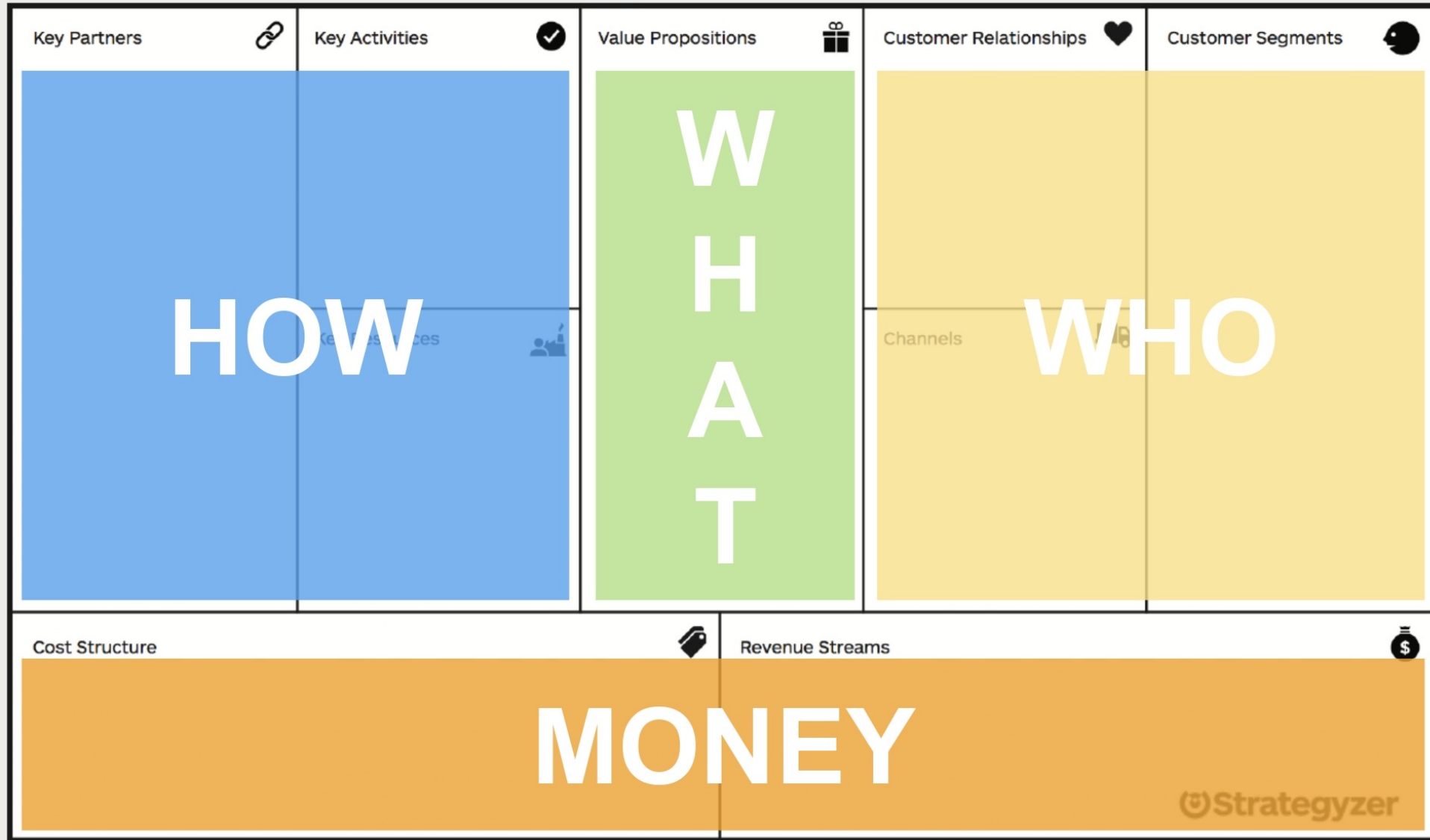


Business Model Canvas (BMC)

นอกเหนือจากการคิดสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าแล้ว องค์กรควรต้องให้ความสำคัญกับ รูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) โดยใช้เครื่องมืออย่าง Business Model Canvas ที่ จะช่วยให้สามารถเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ชัดเจนครบทุกมิติ

Business Model Canvas คือ รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ สำหรับการสร้าง หรือการพัฒนาต่อยอดธุรกิจเดิม โดยแผนภูมิภาพนี้อธิบายองค์ประกอบ 9 ประการนี้ แสดงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งรวมถึงลูกค้าเป้าหมายกระบวนการดำเนินงานและโครงสร้างต้นทุนและอื่น ๆ





ส่วนที่ 1 สำหรับผู้เข้าร่วมพัฒนาทักษะ

ชื่อ-นามสกุล..... ชื่อสถานประกอบการ.....
 ชื่อแผนงาน / ความต้องการ.....
 วัตถุประสงค์.....

ที่	เป้าหมาย/ความต้องการ/ปัญหา	กลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข	วิธีการดำเนินงาน (ระบุอย่างละเอียด)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่มี
						งบประมาณ

ส่วนที่ 2 สำหรับหัวหน้างาน หรือ เจ้าของกิจการ

พิจารณาแผนที่คุณเรียนนำเสนอ

 แผนการต่อยอดหรือลงทุนจากทักษะที่ได้รับ

ที่	รายการ	พร้อมดำเนินงานทันที	มีแผนการดำเนินงานในอนาคต	โปรดอธิบายเพิ่มเติม	หมายเหตุ
1	ท่านสนใจลงทุนใน เครื่องจักร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	ท่านสนใจลงทุนใน กำลังคน เช่น มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อควบคุมเครื่องจักรที่ได้ลงทุนเพิ่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	ท่านสนใจต่อยอดและลงทุน ในด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Agenda



- 1 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
- 2 ออกแบบโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas
- 3 เตรียมพร้อมสำหรับการนำเสนอไอเดีย (Pitching Preparation)



ผศ. ดร. กรวิทย์ ไชยสุ KORAWIT CHAISU

Founder of Thaiwis Creation Company Limited,
Committee of Student Development and Arts and Culture
Management at Panyapiwat Institute of Management

Contents

- 01 หัวใจสำคัญของการ Pitch (นำเสนอโอเดีย)

- 02 การพัฒนาบุคลิกภาพ (Personality) เพื่อช่วยเสริมให้การนำเสนอดียิ่งขึ้น

- 03 พัฒนากิจกรรมด้านการนำเสนอและการ Pitch ให้เหมือนกับมือโปร (Professionals)



หัวใจสำคัญ Pitching

Objective

เป้าหมายชัด

Story

เข้าใจเล่าเรื่องราว

Action

เน้นผลลัพธ์

ชัดเจน
ตรงประเด็น
เป็นไปได้

ผู้ฟังเห็นภาพ
เข้าใจ
คล้อยตาม

ซื้อสินค้า-บริการ
ร่วมทุน
อนุมัติโครงการ

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

เคล็ดลับ



1. ฉันทกำลัง Pitch เพื่ออะไรกันแน่?



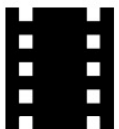
2. เข้าใจเกณฑ์การให้คะแนน และตัดสินใจของคณะกรรมการ



3. ทำการบ้านเกี่ยวกับคณะกรรมการมาก่อน



4. เรียบเรียง Story การ Pitch มาอย่างดี



5. หน้าที่ดีไม่เคยมีแค่ พล็อตเดียว

ปัญหาคืออะไร?
จะแก้ไขปัญหานี้ยังไง?
ทำไมต้องเป็นคุณ?



6. เชื่อมโยงเข้ากับปัญหาในชีวิตจริง



7. ทำ Pitch deck ให้สวยงาม



8. ใส่อุดมการณ์และ Passion ลงในการ Pitch



9. ซ้อมและจับเวลา



10. สนุกไปกับมัน !

3.4 บทที่ 4 : Refine Your Product Realization



Agenda



- 1 กรณีศึกษา และปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ
- 2 นำเสนอไอเดียของคุณ (Project Pitching)

การที่จะสร้างโปรเจกต์ที่ประสบความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับการวางแผนและการบริหารจัดการทีม การวางแผนที่ดีจะส่งผลให้ทีมสามารถจัดเตรียมเครื่องมือ แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และกำหนดขอบเขตของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8 องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้แผนงานสำเร็จ



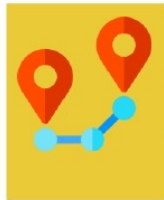
1. ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ตอบสนองความต้องการของพวกเขา จัดลำดับความสำคัญและเรื่องเร่งด่วน โดยมุ่งเน้นสิ่งที่สำคัญสำหรับโครงการ



2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

ตั้งวัตถุประสงค์ที่มีความแน่นอน สามารถวัดผลได้ และสามารถทำได้จริง ภายในระยะเวลาที่กำหนด



3. สิ่งที่จะนำเสนอ และ การกำหนดเวลา

คุณจะต้องนำเสนอสินค้า หรือบริการของคุณให้กับผู้บริโภคนั้นๆ เป็นระยะ ซึ่งควรระบุเวลาการดำเนินงานในแต่ละช่วงให้ผู้บริโภครับรู้อย่างชัดเจน



4. ตารางเวลาของโปรเจกต์

การกำหนดกรอบเวลาการทำงานแต่ละรายการและกำหนดว่าใครเป็นผู้ดูแลงานแต่ละส่วนให้สมบูรณ์



5. หน้าที่และความรับผิดชอบ

การกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบ เพื่อให้ทุกคนเข้าใจถึงผลงานที่คาดหวังและเป็นการย้ำเตือนความรับผิดชอบในหน้าที่ของพวกเขา



6. งบประมาณของโครงการ

ความเข้าใจต้นทุนของโครงการ จะช่วยให้จัดสรรงบประมาณ และสามารถระบุจุดบกพร่องในช่วงต้นของโครงการ



7. แผนการสื่อสาร

ความถี่และประเภทของการสื่อสารที่ลูกค้าต้องการ และเน้นถึงจุดสำคัญที่จะต้องได้รับการยอมรับจากลูกค้าก่อนการดำเนินงานต่อไป



8. เครื่องมือในการติดตามและบริหารจัดการ

วิธีการที่จะใช้ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และวิธีการที่จะส่งมอบความต้องการของลูกค้า

การที่จะสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าผ่านสินค้าและบริการใหม่นั้น จะต้องทำความเข้าใจก่อนว่าองค์กรต้องการจะมอบคุณค่าอะไรให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเมื่อคุณค่าของสินค้าและบริการเปลี่ยนไป รูปแบบของธุรกิจก็จะเปลี่ยนไปด้วย

Creating New Business Model means creating New Business Value

Business Value สามารถวัดได้โดย Value Receivers หรือลูกค้าของสินค้าหรือบริการ

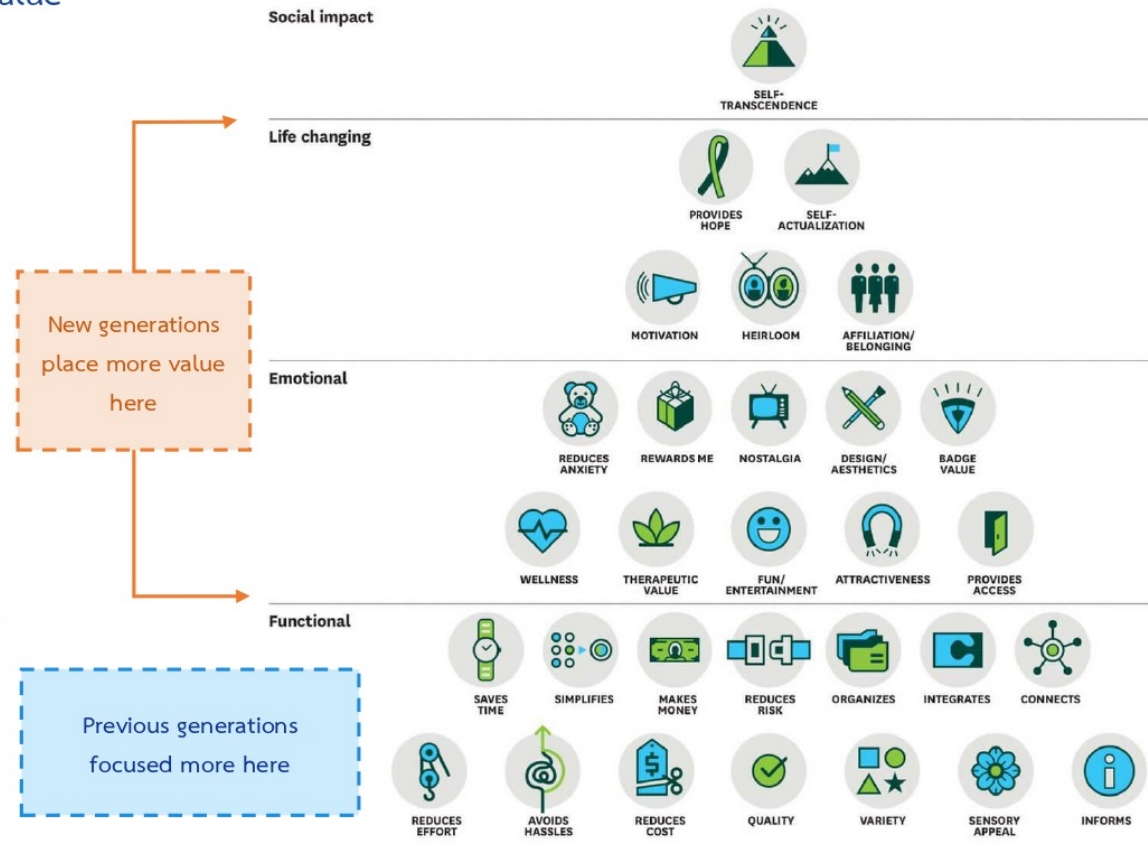
The Elements of Value Pyramid:

สินค้าและบริการ ส่งมอบองค์ประกอบพื้นฐานของคุณค่าที่สามารถระบุได้เป็น 4 ประเภท ของความต้องการ (needs) ได้แก่ Functional Values

- 1) Emotional Values
- 2) Life Changing Values
- 3) Social Impact Values

ยิ่งมีองค์ประกอบมากเท่าไรความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น สิ่งนี้นำไปสู่การเติบโตของรายได้ที่ยั่งยืนของ บริษัท

When the “Value” changes,
other Business Elements will also change.



Copyright © 2021 TIME Digital Co., Ltd., Strictly Confidential

Agenda



- 1 กรณีศึกษา และปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ
- 2 นำเสนอไอเดียของคุณ (Project Pitching)

ดร.ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์
CHANAKAN SRIRATANABAN



PARTNER AT TIME DIGITAL,
COURSE DIRECTOR FOR MSc. IN DIGITAL INNOVATION
AND TECHNOLOGY MANAGEMENT (DITM), UTCC



คุณรามศ รัตยันตรกร

RAMES RATYANTARAKOR

Founder of Madame Mango Company Limited



STARBUCKS GIFT CARD
มูลค่า 300 บาท ต่อท่าน



รางวัลชนะเลิศสำหรับ
การมีส่วนร่วมในการอบรม



เซตกระเป๋าและของสมนาคุณ

1 เซต ต่อท่าน



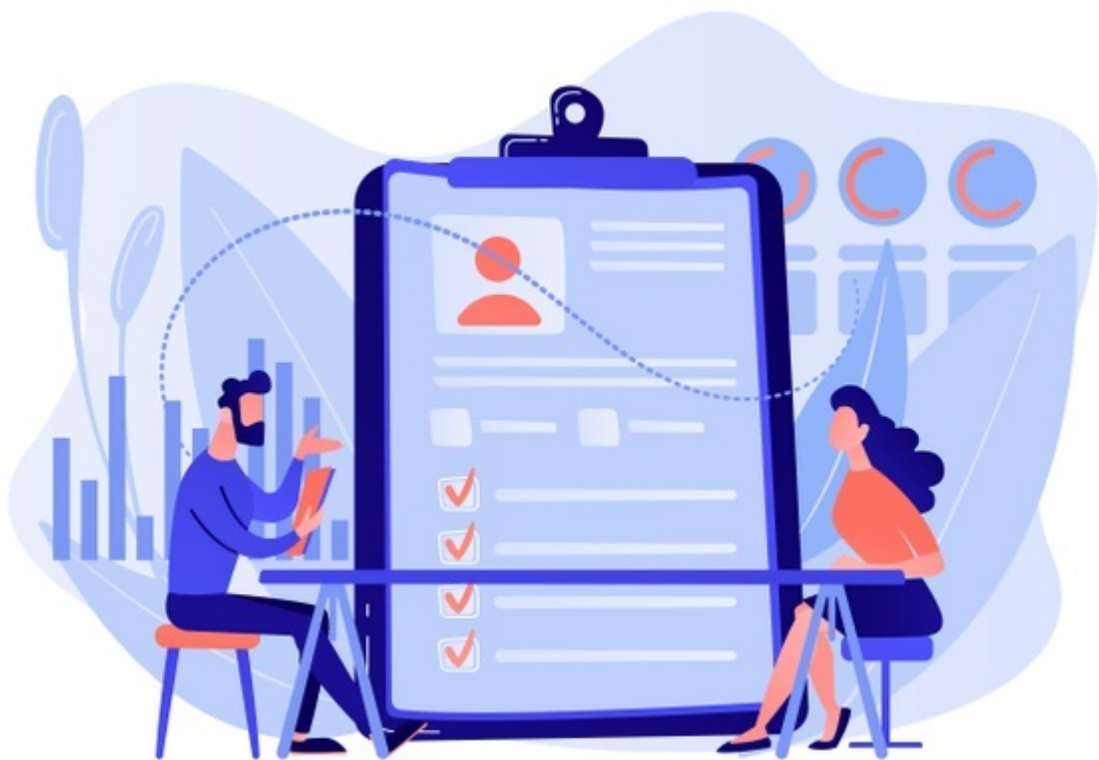


STEP CMU
SCIENCE AND TECHNOLOGY PARK
CHIANG MAI UNIVERSITY

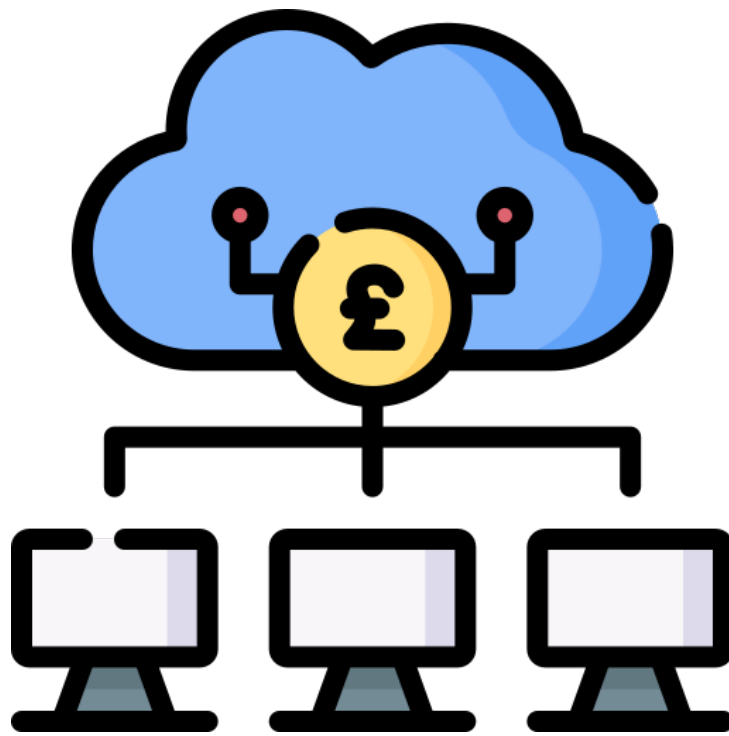
TIME
Digital

Next Digital Leaders

บทที่ 4 : แบบประเมินผลหลังเรียน



4.1 แบบทดสอบหลัง พัฒนาทักษะ (Post-Test)



ส่วนที่ 1 ลงทะเบียน

1. กรุณากรอกชื่อ-นามสกุล.....
2. สถานประกอบการ.....
3. Email.....
4. เบอร์โทร.....

ส่วนที่ 2 แบบทดสอบหลังพัฒนาทักษะ: (Post-Test)

- คำชี้แจง 1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ 15 คะแนน
2. จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใด **ไม่ใช่** ประเภทของนวัตกรรม

- Product Innovation
- Process Innovation
- Service Innovation
- Digital Innovation

2. ข้อใดตรงกับนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) มากที่สุด

- วิทยาการที่นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ และอุตสาหกรรม
- การเปลี่ยนถ่ายองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล
- กระบวนการใหม่ที่ให้องค์กรเปิดรับและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แนวคิดและประสบการณ์จากภายนอกองค์กร
- การปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโมเดลธุรกิจแบบใหม่

3. ข้อใดกล่าวถึง AI ได้ถูกต้องที่สุด

- วิทยาการด้านปัญญาที่จะมาช่วยให้มนุษย์แก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดีขึ้น โดยใส่เจ้าปัญญาประดิษฐ์ลงไปบนคอมพิวเตอร์ ให้คอมพิวเตอร์ช่วยจำลองการทำงานต่าง ๆ เลียนแบบพฤติกรรมของคน
- การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ
- สิ่งประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งอาจเป็นเทคโนโลยี ความคิด หรือผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลขนาดใหญ่มากจนซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ธรรมดาไม่สามารถที่จะจัดการหรือวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อใดไม่ใช่ 3 ด้านหลัก ที่ Digital Capabilities เข้ามาปรับปรุงและพัฒนางานองค์กร

- Customer Experience
- Core Operation
- New Business Model
- Digital Era

5. Netflix เป็นหนึ่งในตัวอย่างของโมเดลธุรกิจใหม่ (New Business Model) ซึ่งตรงกับประเภทใดมากที่สุด

- Re-inventing Industries
- Substituting Services
- Reconfiguring Value Delivery Model
- Rethinking Value Proposition

6. ข้อใดคือ 3C's Model

- Communicate
- Collaborate
- Commit
- ถูกทุกข้อ

7. กระบวนการขั้นตอน Design Thinking คือข้อใด

- Ideate > Empathize > Define > Prototype > Test
- Empathize > Ideate > Define > Prototype > Test
- Empathize > Define > Ideate > Prototype > Test
- Define > Empathize > Define > Prototype > Test

8. ข้อใดคือข้อมูลของลูกค้า (Customer Profile)

- อายุ
- เพศ
- Lifestyle
- ถูกทุกข้อ

9. เกม Wallet ตรงกับการจำลองของกระบวนการใดมากที่สุด

- Design Thinking
- Business Model Canvas
- Project Idea Canvas
- ถูกทุกข้อ

10. ข้อใดตรงกับกระบวนการ Design Thinking มากที่สุด

- รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ทั้งใช้พัฒนาธุรกิจใหม่และปรับปรุงธุรกิจเดิม
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง การเชื่อมโยงช่องทางต่างๆ รวมให้เป็นหนึ่งเดียว โดยผสมผสานช่องทางการสื่อสารเหล่านั้นทั้งออนไลน์ (Online) และการขายหน้าร้าน (Offline)
- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- การสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

11. ในกระบวนการ Design Thinking นั้นประกอบไปด้วย 5 กระบวนการคือ Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test ข้อใดมีความหมายตรงกับ Empathize มากที่สุด

- การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยการเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- การระดมความคิดใหม่ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด หรือการสร้างความคิดต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น โดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด หลากหลายที่สุด
- การสร้างแบบจำลอง หรือการสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถามหรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อที่เราจะได้เข้าใจสิ่งที่เราอยากรู้มากยิ่งขึ้น
- การทดสอบ โดยเรานำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมากทดสอบกับผู้ใช้ หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนำผลตอบรับ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนคำแนะนำมาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงต่อไปให้ทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

12. การระดมความคิดหรือ Brainstorming อยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการ Design Thinking ใน

- Empathize
- Define
- Ideate
- Prototype

13. กระบวนการ Design Thinking สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ใด

- มีขั้นตอนกระบวนการคิดริเริ่มอย่างนวัตกรรม
- ประยุกต์ใช้ในการทำงานเชิงวิเคราะห์หรือวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้
- ถูกทุกข้อ

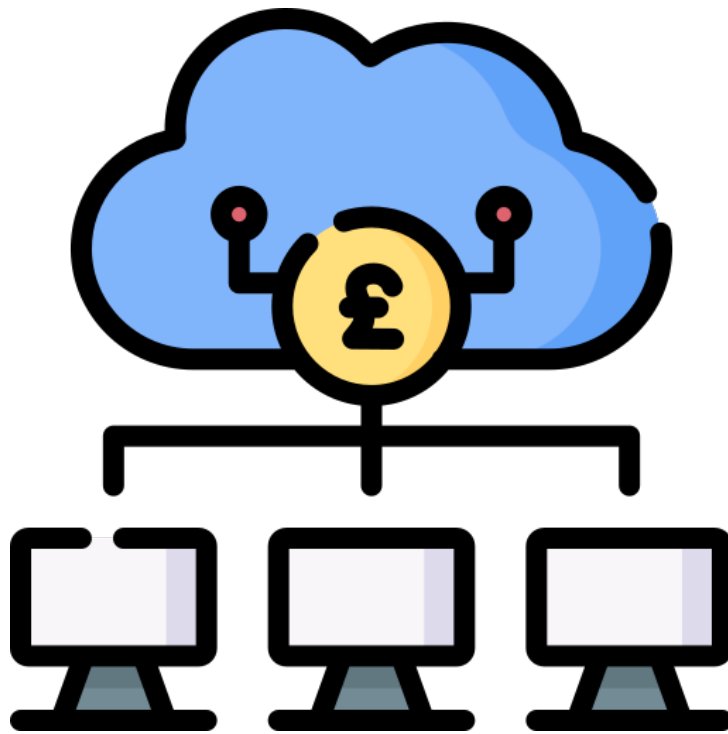
14. ข้อใดตรงกับ Minimal Viable Product (MVP) มากที่สุด

- สินค้าที่มีการทำงานที่หลากหลายฟังก์ชัน
- การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- ถูกทุกข้อ

15. ข้อใดตรงกับ Business Model Canvas มากที่สุด

- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- โมเดลสำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบในธุรกิจ
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง

4.2 แบบประเมินทักษะหลังการพัฒนา ทักษะ (Post-Embedded Skill)



ส่วนที่ 1 สำหรับ ผู้เรียน
1.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ-นามสกุล

ชื่อสถานประกอบการ

1.2 เปรียบเทียบความรู้และทักษะที่ได้รับหลังเข้าร่วมพัฒนาทักษะ กับ พื้นฐานความรู้เดิม

() ได้พัฒนาทักษะใหม่ที่เพิ่มเติมและเป็นประโยชน์ มากกว่าความรู้เดิม () ไม่ได้รับการพัฒนาทักษะ

1.3 ความพึงพอใจต่อหลักสูตรพัฒนาทักษะ

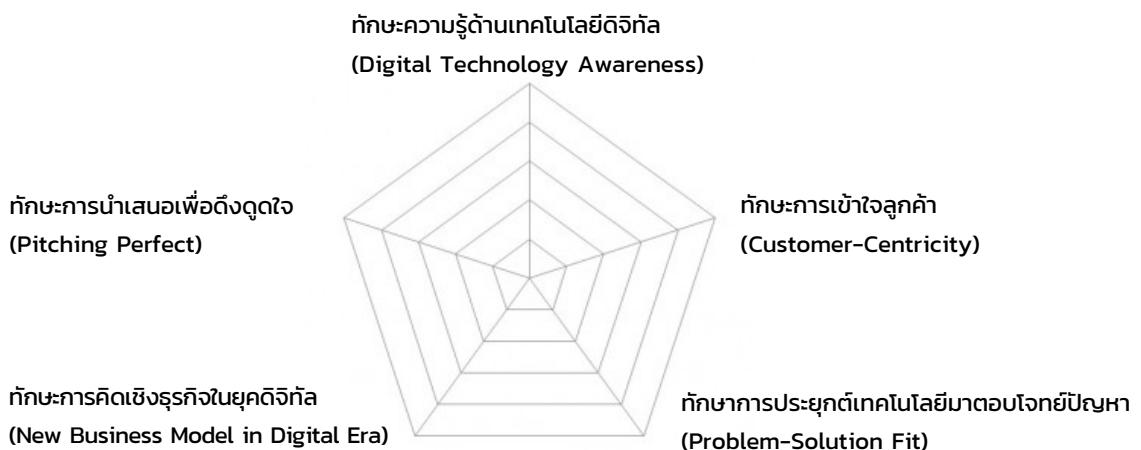
() พึงพอใจมากที่สุด () พึงพอใจมาก () พึงพอใจปานกลาง () พึงพอใจน้อย

ส่วนที่ 2 สำหรับ เจ้าของกิจการ หรือ หัวหน้างาน
2.1 การประเมินผู้เรียน
ความหมายระดับคะแนน

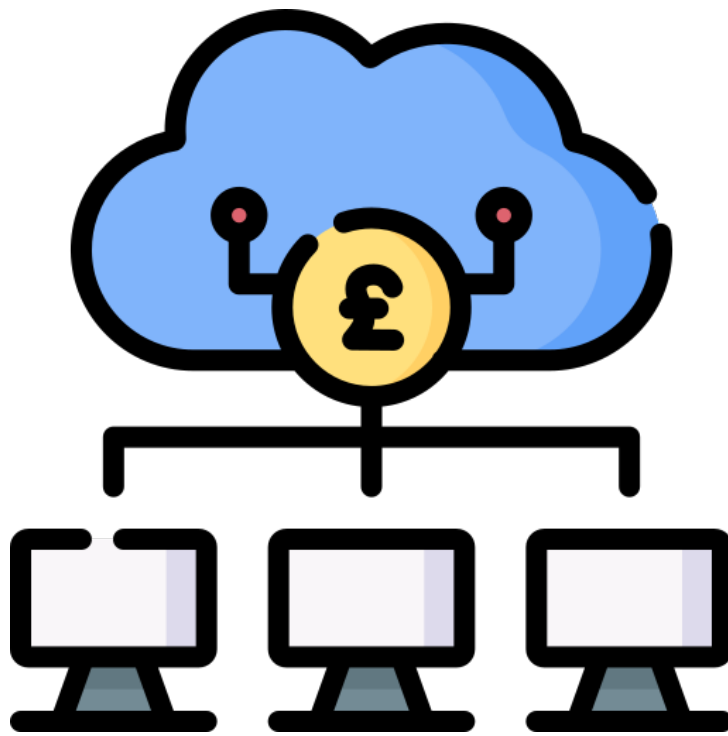
- 0 = Beginner ไม่มีความรู้ ไม่มีทักษะ
- 1 = Learner มีความเข้าใจในทฤษฎีเบื้องต้น
- 2 = Practitioner มีความเข้าใจในทฤษฎีอย่างเต็มที่ มีความรู้ด้านปฏิบัติเล็กน้อย สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาคือไม่ซับซ้อนได้
- 3 = Experienced มีความเข้าใจในทฤษฎีและปฏิบัติอย่างเต็มที่ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาคือซับซ้อนปานกลางได้
- 4 = Embedded เกิดทักษะติดตัว สามารถเชื่อมโยงความรู้ในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนมากได้ และสามารถกำหนดแผนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรได้และนำไปสู่การต่อยอดเพื่อลงมือทำจริง
- 5 = Broaden เกิดทักษะอย่างทอ่งแท้ในระดับผู้เชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดทักษะให้แก่ผู้อื่นได้

กรุณา (✓) ในช่องระดับคะแนน

ผลลัพธ์ทักษะ	ระดับคะแนน					
	0	1	2	3	4	5
1. ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Awareness)						
2. ทักษะการเข้าใจลูกค้า (Customer-Centricity)						
3. ทักษะการประยุกต์เทคโนโลยีมาตอบโจทย์ปัญหา (Problem-Solution Fit)						
4. ทักษะการคิดเชิงธุรกิจในยุคดิจิทัล (New Business Model in Digital Era)						
5. ทักษะการนำเสนอเพื่อดึงดูดใจ (Pitching Perfect)						

การวิเคราะห์ผลการพัฒนาทักษะด้วยกราฟเรดาร์ (Radar Chart)


4.3 เฉลยแบบทดสอบ ก่อน-หลังพัฒนาทักษะ



ส่วนที่ 1 เฉลยแบบทดสอบพัฒนาทักษะ

1. ข้อใด **ไม่ใช่** ประเภทของนวัตกรรม

- Product Innovation
- Process Innovation
- Service Innovation
- Digital Innovation

2. ข้อใดตรงกับนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) มากที่สุด

- วิทยาการที่นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ และอุตสาหกรรม
- การเปลี่ยนถ่ายองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล
- กระบวนการใหม่ที่ให้องค์กรเปิดรับและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แนวคิดและประสบการณ์จากภายนอกองค์กร
- การปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโมเดลธุรกิจแบบใหม่

3. ข้อใดกล่าวถึง AI ได้ถูกต้องที่สุด

- วิทยาการด้านปัญญาที่จะมาช่วยให้มนุษย์แก้ปัญหาต่างๆ ได้ดีขึ้น โดยใส่เจ้าปัญญาประดิษฐ์ลงไปคอมพิวเตอร์ ให้คอมพิวเตอร์ช่วยจำลองการทำงานต่างๆ เลียนแบบพฤติกรรมของคน
- การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ
- สิ่งประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งอาจเป็นเทคโนโลยี ความคิด หรือผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลขนาดใหญ่มากจนซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ธรรมดาไม่สามารถที่จะจัดการหรือวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อใด **ไม่ใช่** 3 ด้านหลัก ที่ Digital Capabilities เข้ามาปรับปรุงและพัฒนางานองค์กร

- Customer Experience
- Core Operation
- New Business Model
- Digital Era

5. Netflix เป็นหนึ่งในตัวอย่างของโมเดลธุรกิจใหม่ (New Business Model) ซึ่งตรงกับประเภทใดมากที่สุด

- Re-inventing Industries
- Substituting Services
- Reconfiguring Value Delivery Model
- Rethinking Value Proposition

6. ข้อใดคือ 3C's Model

- Communicate
- Collaborate
- Commit
- ถูกทุกข้อ

7. กระบวนการขั้นตอน Design Thinking คือข้อใด

- Ideate > Empathize > Define > Prototype > Test
- Empathize > Ideate > Define > Prototype > Test
- Empathize > Define > Ideate > Prototype > Test
- Define > Empathize > Define > Prototype > Test

8. ข้อใดคือข้อมูลของลูกค้า (Customer Profile)

- อายุ
- เพศ
- Lifestyle
- ถูกทุกข้อ

9. เกม Wallet ตรงกับการจำลองของกระบวนการใดมากที่สุด

- Design Thinking
- Business Model Canvas
- Project Idea Canvas
- ถูกทุกข้อ

10. ข้อใดตรงกับกระบวนการ Design Thinking มากที่สุด

- รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ทั้งใช้พัฒนาธุรกิจใหม่และปรับปรุงธุรกิจเดิม
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง การเชื่อมโยงช่องทางต่างๆ รวมให้เป็นหนึ่งเดียว โดยผสมผสานช่องทางการสื่อสารเหล่านั้นทั้งออนไลน์ (Online) และการขายหน้าร้าน (Offline)
- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- การสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

11. ในกระบวนการ Design Thinking นั้นประกอบไปด้วย 5 กระบวนการคือ Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test ข้อใดมีความหมายตรงกับ Empathize มากที่สุด

- การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยการเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- การระดมความคิดใหม่ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด หรือการสร้างความคิดต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น โดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด หลากหลายที่สุด
- การสร้างแบบจำลอง หรือการสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถามหรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อที่เราจะได้เข้าใจสิ่งที่เราอยากรู้มากยิ่งขึ้น
- การทดสอบ โดยเรานำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมากทดสอบกับผู้ใช้ หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนำผลตอบรับ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนคำแนะนำมาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงต่อไปให้ทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

12. การระดมความคิดหรือ Brainstorming อยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการ Design Thinking ใด

- Empathize
- Define
- Ideate**
- Prototype

13. กระบวนการ Design Thinking สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ใด

- มีขั้นตอนกระบวนการคิดริเริ่มอย่างนวัตกรรม
- ประยุกต์ใช้ในการทำงานเชิงวิเคราะห์หรือวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้
- ถูกทุกข้อ**

14. ข้อใดตรงกับ Minimal Viable Product (MVP) มากที่สุด

- สินค้าที่มีการทำงานที่หลากหลายฟังก์ชัน
- การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- ถูกทุกข้อ

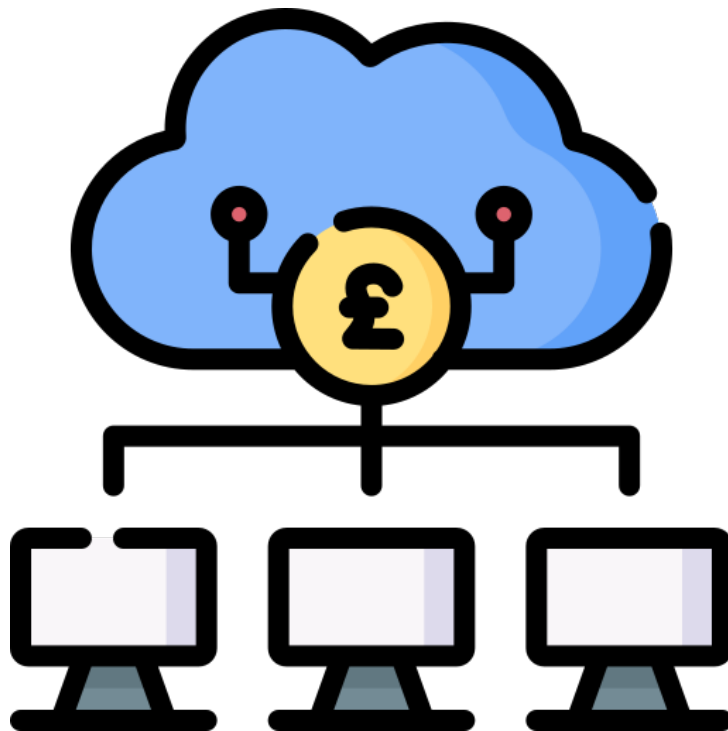
15. ข้อใดตรงกับ Business Model Canvas มากที่สุด

- กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ
- โมเดลสำหรับวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบในธุรกิจ
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ (features) อย่างน้อยที่สุด ที่ทำให้ใช้งานได้จริง หรือที่ขายได้จริง
- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง

บทที่ 5 : แผนงาน (Action Plan)



5.1 แบบฟอร์มแผนงาน (Action Plan)



ส่วนที่ 1 สำหรับผู้เข้าร่วมพัฒนาทักษะ:

ชื่อ-นามสกุล..... ชื่อสถานประกอบการ.....

ชื่อแผนงาน / ความต้องการ.....

วัตถุประสงค์.....

ที่	เป้าหมาย/ความต้องการ/ปัญหา	กลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข	วิธีการดำเนินงาน (ระบุอย่างละเอียด)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา	ทรัพยากรที่มี
						งบประมาณ

ส่วนที่ 2 สำหรับหัวหน้างาน หรือ เจ้าของกิจการ

พิจารณาแผนที่ผู้เรียนนำเสนอ

.....

.....

.....

.....

แผนการต่อยอดหรือลงทุนจากทักษะที่ได้รับ

ที่	รายการ	พร้อมดำเนินงานทันที	มีแผนการดำเนินงานในอนาคต	โปรดอธิบายเพิ่มเติม	หมายเหตุ
1	ทำสนใจลงทุนใน เครื่องจักร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	ทำสนใจลงทุนใน กำลังคน เช่น มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อควบคุมเครื่องจักรที่ได้ลงทุนเพิ่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	ทำสนใจต่อยอดและลงทุน ในด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

ความพึงพอใจต่อหลักสูตรพัฒนาทักษะ:

() พึงพอใจมากที่สุด () พึงพอใจมาก () พึงพอใจปานกลาง () พึงพอใจน้อย

KNOWLEDGE MANAGEMENT

หลักสูตรทักษะการพัฒนา องค์กรสู่ยุคดิจิทัลสำหรับ ผู้บริหาร

(Digitization skill for
C – level)

ภายใต้แผนงานพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีของ
บุคลากรภาคอุตสาหกรรม
โครงการสร้างกำลังคนและทักษะแห่งอนาคตในภูมิภาคเพื่อ
ตอบโจทย์การพัฒนานวัตกรรมของประเทศ
ประจำปีงบประมาณ 2563

จัดทำโดย
อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ

