

หลักสูตร “Idea Generation through Scenario Planning & Design Thinking for Innovation Development

การสร้างไอเดียด้วยการสร้างภาพจำลองจากอนาคต และ การพัฒนานวัตกรรมด้วยการออกแบบความคิด”

วิทยาการ รศ.ดร. ภคพล อนุฤทธิ

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว (Disruptive Innovation) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ทุกคนสามารถกลายเป็นผู้ผลิต และขายสินค้าได้ง่ายขึ้น หากองค์กรขนาดใหญ่ไม่ตระหนักถึงภัยคุกคามจากคู่แข่งที่มีความสามารถด้อยกว่า ไม่เริ่มพัฒนานวัตกรรม/บริการ/นวัตกรรมในองค์กร อาจจะทำให้มีคู่แข่งรายเล็ก ๆ จำนวนมากที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับปรุง พัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นซึ่งส่วนแบ่งการตลาดเล็กๆจากผู้เล่นเดิมหรือผู้เล่นรายใหญ่ในตลาด แล้วมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนให้ดียิ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว จนถึงจุดที่สามารถหันมาแย่งลูกค้ากับรายใหญ่ได้ กลายเป็นปลาเล็กๆหลายๆตัวกินปลาตัวใหญ่ได้ในที่สุด

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆและการพัฒนานวัตกรรมจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างตลาดใหม่ๆ ตลอดจนการครองใจลูกค้าได้ ดังนั้นการบ่มเพาะบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ในการพัฒนาด้วยเครื่องมือ/วิธีการที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า จึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะสามารถช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาการทำงานและพัฒนานวัตกรรม (Product/Service Innovation) ในองค์กรได้อย่างมีหลักการและแนวทางที่ชัดเจน

Design Thinking เป็นกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่ผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ (Business thinking) เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นระบบ โดยมีหลักสำคัญ คือการเข้าใจความต้องการและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย (Human-Centered) การระดมความคิดเพื่อค้นหาทางแก้ไข และการเรียนรู้และลงมือทำ

เพื่อสร้างคุณค่าและนวัตกรรม ซึ่ง Design Thinking สามารถนำความคิดสร้างสรรค์
แนวทางการแก้ปัญหา มาต่อยอดออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรมให้จับต้องได้ รวมทั้งการ
เข้าใจผู้คน การทำงานเป็นทีม ตลอดจนสร้างคุณค่า และสามารถสร้างผลประโยชน์ในเชิง
พาณิชย์ได้

Design Thinking เป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยในการบ่มเพาะกระบวนการความคิด ทักษะคิด
ความคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation Mindset) เพื่อให้กล้าคิดอย่างสร้างสรรค์ กล้าทำ
อย่างมีเหตุและผล และมีความรับผิดชอบด้วยตัวเอง (accountability) เพื่อการพัฒนาเชิงรุก
(Proactive) ในการทำงานและพัฒนานวัตกรรมในองค์กรได้

Design Thinking สามารถนำไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมได้ ตั้งแต่นวัตกรรมกระบวนการ
(Process Innovation), การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Product Innovation) และ
นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้า ผู้
ใช้ แล้วต้องการพัฒนากระบวนการ ผลิตภัณฑ์หรือบริการแก้ปัญหา และสร้างคุณค่าที่ตอบ
โจทย์กลุ่มดังกล่าว

ในขณะเดียวกัน การดำเนินธุรกิจยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว แนวคิดในการมอง
อนาคตระหว่างดำเนินกระบวนการ Design Thinking จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งด้วย โดย
องค์กรชั้นนำระดับโลกได้หันมาใช้วิธีการในการเรียนรู้อนาคต เพื่อให้เข้าใจและสร้างภาพ
จำลองในการแข่งขัน ช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ในอนาคต ซึ่งการมองอนาคตไม่เพียงจะช่วยให้องค์กรได้เตรียมพร้อมสำหรับอนาคต แต่ยังสามารถช่วยสร้างอนาคตได้อีกด้วย และที่สำคัญจะช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจของผู้
บริหาร รวมถึงการได้รับประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเพื่อความยั่งยืนของ
องค์กร ดังนั้น ผลที่ได้จากการสร้างภาพจำลองจากอนาคต จึงเป็นข้อมูลชั้นดีที่จะนำมา
เป็นส่วนประกอบในกระบวนการ Design Thinking ที่สร้างความแปลกใหม่ สร้างนวัตกรรม
ที่เป็นรูปธรรม ส่งผลให้เกิด Disruption ได้จริง

วัตถุประสงค์

- สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของความท้าทายและโอกาสที่กำลังจะมาขององค์กร
 - สร้างความเข้าใจแนวคิดของการมองอนาคต และความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น
 - เพื่อให้สามารถกำหนดทางเลือก จากโอกาส อุปสรรค ที่ได้จากการทำภาพเหตุการณ์จำลองอนาคต (Scenario Planning) ไปสู่การกำหนดทิศทางองค์กรที่จะรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น ในอนาคตได้อย่างเป็นระบบ
 - เป็นแนวทางช่วยให้การตัดสินใจเลือกและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม และสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร
- รู้เทคนิคการพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ให้ตรงใจลูกค้าด้วย Design Thinking Process ที่บริษัทระดับโลกเช่น Apple, IBM, Pepsi เป็นต้น และในประเทศไทย เช่น SCG ใช้พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
 - รู้กลยุทธ์แนวคิดสร้างจินตนาการมุมมองกว้างไกลเหนือผู้อื่น รวมทั้ง Workshop ที่จะทำให้ระดมไอเดียสร้างสรรค์พัฒนานวัตกรรมได้ในปริมาณมากๆ ในเวลาจำกัด
 - สามารถนำเทคนิค/วิธีการในการสัมมนาไปประยุกต์ใช้กับการทำงานเพื่อการแก้ปัญหา และสร้างสรรค์การทำงานใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนถึง การร่าง concept / blue print สำหรับสร้างต้นแบบ prototype นวัตกรรมได้จริง

วิธีการอบรม

- การบรรยาย ยกตัวอย่าง และการประยุกต์ใช้ในองค์กร
- การอบรมเชิงปฏิบัติการ

เวลา	กำหนดการ / เนื้อหาการอบรม	วิทยากร
8.30 - 8.45	ลงทะเบียน	
8.45 - 9.00	แนะนำวิทยากร	
9.00 - 9.30	ความเข้าใจเกี่ยวกับระดับของนวัตกรรม (Typology of Innovation: Incremental, Modular, Architectural, Radical)	รศ.ดร.ภคพล อนุฤทธิ
9.30 - 10.00	ความสำคัญของการสร้างภาพจำลองในอนาคต (Scenario Planning)	

เวลา	กำหนดการ / เนื้อหาการอบรม	วิทยากร
10.00 - 10.15	พัก 15 นาที	
10.15 - 12.00	Scenario Planning Workshop & Presentations/Discussions	
	พักรับประทานอาหารกลางวัน	
13.00 - 13.30	ความสำคัญของการออกแบบความคิด (Design Thinking)	รศ.ดร.ภคพล อนุฤทธิ
13.30 - 15.45	Design Thinking Workshop & Presentations/Discussions	รศ.ดร.ภคพล อนุฤทธิ
15.45 - 16.00	สรุปผลที่ได้จากการอบรม และ แผนในอนาคต	

รองศาสตราจารย์ ดร.ภคพล อนุฤทธิ ใช้ชีวิตอยู่ที่ลอนดอน สหราชอาณาจักร กว่า 16 ปี ศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีถึงปริญญาเอกด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศและ พฤติกรรมผู้บริโภค

ประสบการณ์ทำงานเริ่มตั้งแต่บริษัท BMW สหราชอาณาจักร และเริ่มออกมาเป็นที่ปรึกษาทางด้านการจัดการและการตลาด กับบริษัท แกลล์ฟ , บริษัท เทเลอร์ เนลสัน ซอฟเฟรส, บริษัท เอเชีย แปซิฟิก แมเนจเม้นท์ กรุ๊ป และบริษัท เออ์อนฮิววิท

นอกจากนี้ท่านเป็นวิทยากรด้านการสร้างแบรนด์ และการจัดการนวัตกรรมและ ความคิดสร้างสรรค์ ให้กับสถาบันสิริพัฒนา นิต้า, สมาคมการจัดการแห่งประเทศไทย , และ สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย

เคยชนะเลิศในรายการ อัจฉริยะข้ามคืน ชนะเงินล้านคนที่ 33 และยังเป็นวิทยากรการตลาดให้กับไทยพีบีเอส, TNN, VoiceTV, MCOT Global, และช่อง 8 เป็นนักวิชาการที่สื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ด้านการเปลี่ยนและนวัตกรรมทางการศึกษาของไทยอยู่เสมอ

ปัจจุบันท่านเป็น 1 ในนักวิชาการในสถาบันการแข่งขันแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งเครือข่ายของสถาบันการแข่งขันแห่งวิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด