

สรุปบทเรียนจากการพัฒนาความรู้

หลักสูตร

การแก้ปัญหาอย่างมีนวัตกรรมด้วยการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking for Innovation Solution)

จัดทำโดย นายพนัสบดี รัชโสภาส



การคิดเชิงออกแบบ หรือ Design Thinking เป็นกระบวนการ Human Centered Design ที่พยายามแก้ปัญหาของมนุษย์โดยเริ่มจากการพยายามทำความเข้าใจบุคคลนั้นก่อนแล้วจึงหาวิธีในการแก้ปัญหาให้ได้โดยตรงจุด

กระบวนการพื้นฐานของ Design Thinking ประกอบด้วย

๑. Empathize - ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
๒. Define - กำหนดปัญหา
๓. Ideate - หาแนวทางที่สร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหา
๔. Prototype - สร้างแบบจำลองวิธีการในการแก้ปัญหา
๕. Test - ทดสอบแบบจำลองกับกลุ่มเป้าหมาย

๑. Empathize - ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย - Who you are solving for.

สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายแสดงออกให้เราเห็นเป็นเพียงส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็ง หากไม่สามารถมองเห็นสิ่งที่ยังซ่อนอยู่ข้างใต้ได้ก็จะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

เครื่องมือที่ใช้ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

- การสัมภาษณ์ - ควรเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อไม่ให้เป็นการหาความต้องการของตัวเอง ระหว่างสัมภาษณ์ให้ค่อย ๆ เจาะไปที่ประเด็นตามสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายได้แสดงออกมา

- สังเกตจากสภาพแวดล้อม - ดูว่าตามปกติกลุ่มเป้าหมายทำอะไร ใช้ชีวิตอย่างไร
- มีส่วนร่วมในประสบการณ์จริง สวมบทบาทเป็นกลุ่มเป้าหมาย

ทักษะการสังเกต - สังเกตอะไร

[S]ituation สถานการณ์

[T]ask งาน/ปัญหาที่เกิด

[A]ction สิ่งที่เขาทำ

[R]esult ผลของการกระทำ

ทักษะการถาม - ควรใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้เขาแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

ประเภทของการถาม	ความหมาย	ใช้เมื่อไร	ตัวอย่าง
เชิงสำรวจ	คำถามกว้าง ๆ เพื่อสำรวจและเข้าใจประเด็น	หาข้อมูลเบื้องต้น	คุณมีแนวทางแก้ปัญหายังไง
สร้างความกระจ่าง	เข้าถึงรายละเอียดอย่างครบถ้วน เจาะจง	เมื่อต้องการข้อมูลเชิงลึก หลังได้รับข้อมูลเบื้องต้น	ทำไม คุณ ถึง คิด ว่า แนวทางเดิมไม่ได้ผล

ทักษะการฟัง

การแสดงความเข้าใจ

- สบตา ตอบรับ
- แสดงความสนใจด้วยสีหน้า แววตา

การตั้งใจฟัง

- อย่าขัดจังหวะ
- รอจังหวะเพื่อถามรายละเอียดเพื่อให้ได้ความชัดเจน
- จดบันทึก

การคิดและติดตาม

- เปิดใจ อย่าด่วนสรุป
- คิดภาพตาม นึกถึงเนื้อหา
- ทวนคำพูด ยืนยันข้อมูล

Empathy Map

	Think & Feel - เขาคิดและรู้สึกอย่างไร -> อะไรคือสิ่งสำคัญสำหรับเขา	
Hear - เขาได้ยินอะไร -> เพื่อนเขาพูดว่าอะไร -> ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเขา -> สื่อใดที่มีอิทธิพลต่อเขา	ชื่อและข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย	See - เขาเห็นอะไร -> ใครอยู่รอบตัวเขา -> ปัญหาที่เขาเห็น
	Say & Do - เขาพูดและทำอะไร -> สิ่งที่เขาบอก สิ่งที่เขาทำ	

หลังจากที่สร้าง Empathy Map แล้ว นำข้อมูลที่ได้มาระบุ Pain and Gain

Pain - อะไรคือความเจ็บปวดของเขา

- สิ่งที่เขาไม่ชอบ
- อุปสรรคที่ทำให้ไม่สามารถกำจัดสิ่งที่ไม่ชอบออกไปได้

Gain - อะไรคือประโยชน์/โอกาส

- สิ่งที่เขาต้องการ
- เขาพยายามแก้ปัญหาอย่างไร

๒. Define - กำหนดปัญหา - What their needs are.

เป็นกระบวนการที่ทำเพื่อสังเคราะห์สิ่งที่ได้ค้นพบจากขั้นตอนการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เป็นการป้องกันให้เกิดการตั้งโจทย์เพื่อแก้ปัญหาของตัวเอง (ไม่ใช่ของกลุ่มเป้าหมาย) เพื่อให้เกิดความเปิดกว้างต่อการระดมความคิดเห็น

ระบุปัญหาโดยใช้รูปประโยคว่า "เราจะ . . . ได้อย่างไร" (How might we . . . ?) โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการทำ Pain and Gain โดยสร้างรูปประโยคตามโครงสร้างดังนี้

[กลุ่มเป้าหมาย] ต้องการ [Gain Point] เพราะ/แต่ว่า/แม้ว่า [Pain Point]

ตัวอย่างการสร้างประโยคคำถาม โดยกำหนดข้อมูลดังนี้

[กลุ่มเป้าหมาย] = ผู้บริหาร

[Gain Point] = โครงการสำเร็จ

[Pain Point] = ลูกน้องไม่เข้าใจวัตถุประสงค์, เศรษฐกิจไม่ดี

จะได้ประโยคคำถามเบื้องต้นว่า “[ผู้บริหาร] ต้องการ [โครงการสำเร็จ] เพราะ/แต่ว่า/แม้ว่า [ลูกน้องไม่เข้าใจวัตถุประสงค์, เศรษฐกิจไม่ดี]”

ปรับข้อความได้การระบุปัญหาว่า "ผู้บริหารจะสามารถทำให้โครงการสำเร็จได้อย่างไรในภาวะที่เศรษฐกิจไม่ดีและลูกน้องยังไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการ"

๓. Ideate - หาแนวทางที่สร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหา - How you will solve them.

สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำระหว่างการระดมความคิด

Do's - สิ่งที่ดีควรทำ

- เข้าใจประเด็น หัวข้อ ขอบเขตของโจทย์
- ให้อทุกคนคิดได้เต็มที่
- สร้างจากแนวคิดที่มีอยู่
- สรุปสั้น ๆ เมื่อระบุไอเดีย
- ค่อยจัดระเบียบ/หมวดหมู่ และประเมินหลังจบ session
- เน้นปริมาณ

Dont's - สิ่งที่ไม่ควรทำ

- วิพากษ์วิจารณ์ความคิด
- ตัดสินว่าดี/ไม่ดี ในขณะที่คนอื่นกำลังเสนอความคิด
- ดีความไอเดียของคนอื่นระหว่างบันทึก
- ครอบงำ ชี้นำระหว่างการระดมสมอง

การคัดเลือกแนวคิดแบบมีนวัตกรรม - ให้พิจารณาว่าแนวคิดนั้นตอบสนองความต้องการของเป้าหมาย และสร้างความแตกต่างได้มากน้อยเพียงใด

แนวคิดนั้นสามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้น้อย สร้างความแตกต่างน้อย = แหะ!

แนวคิดนั้นสามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้น้อย สร้างความแตกต่างมาก = แล้วไง?

แนวคิดนั้นสามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มาก สร้างความแตกต่างน้อย = จั้น ๆ

แนวคิดนั้นสามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มาก สร้างความแตกต่างมาก = WOW!!

๔. Prototype - สร้างแบบจำลองวิธีการในการแก้ปัญหา – How the solution works.

เป็นการแปลงความคิดออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อจัดความคลุมเครือและสร้างความชัดเจนในการสื่อสาร สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น Paper Prototype, Storyboard Prototype, Roleplay Prototype, ๓D/๔D Prototype, Digital Prototype, etc.

๕. Test - ทดสอบแบบจำลองกับกลุ่มเป้าหมาย – How to improve the solution.

เป็นการนำต้นแบบมาทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายในบริบทจริงเพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น ใช้การนำเสนอสั้น ๆ เน้นการถามและการฟัง

แนวทางการนำเสนอวิธีแก้ปัญหา

หลังจากที่ได้วิธีการแก้ไขปัญหมาแล้ว ในการนำเสนอวิธีการเพื่อให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจอนุมัติ ควรใช้หลัก ดังนี้

- นำเสนอภาพรวมนวัตกรรมว่าคืออะไร มีประโยชน์หรือสามารถช่วยแก้ปัญหาได้อย่างไร (๑ นาที)
- นำเสนอนวัตกรรม อธิบาย function การทำงานต่าง ๆ (๓ - ๔ นาที)
- สอบถามความเข้าใจ/ความพึงพอใจ เช่น รู้ไหมว่ามันคืออะไร ใช้เพื่ออะไร, รู้สึกอย่างไรกับการทำงาน, มันสามารถแก้ปัญหาได้ดีแค่ไหน

แหล่งที่มา

หลักสูตร : การแก้ปัญหาย่างมีนวัตกรรมด้วยการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking for Innovation Solution)

บรรยายโดย : ดร.ณัฐริยา พริ้งสกุลชัย

สถาบัน/หน่วยงาน/ระบบ : สถาบันเกษตรราธิการ

รูปแบบหลักสูตร : บรรยายผ่านระบบ Zoom

ช่วงเวลาการฝึกอบรม : ๒๑ เมษายน ๒๕๖๖