

Chapter - 2

กระบวนการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์

2

- 01 _____ **ตั้งคำถาม** เริ่มจากการตั้งคำถาม เช่น "ทำไม?" หรือ "ถ้าทำแบบนี้จะเป็นอย่างไร?"
- 02 _____ **ทดลอง** กล้าที่จะลองสิ่งใหม่ แม้มีความเสี่ยงที่จะล้มเหลว
- 03 _____ **เรียนรู้** รับฟังและปรับปรุงแนวคิดอย่างต่อเนื่อง

Creative Thinking

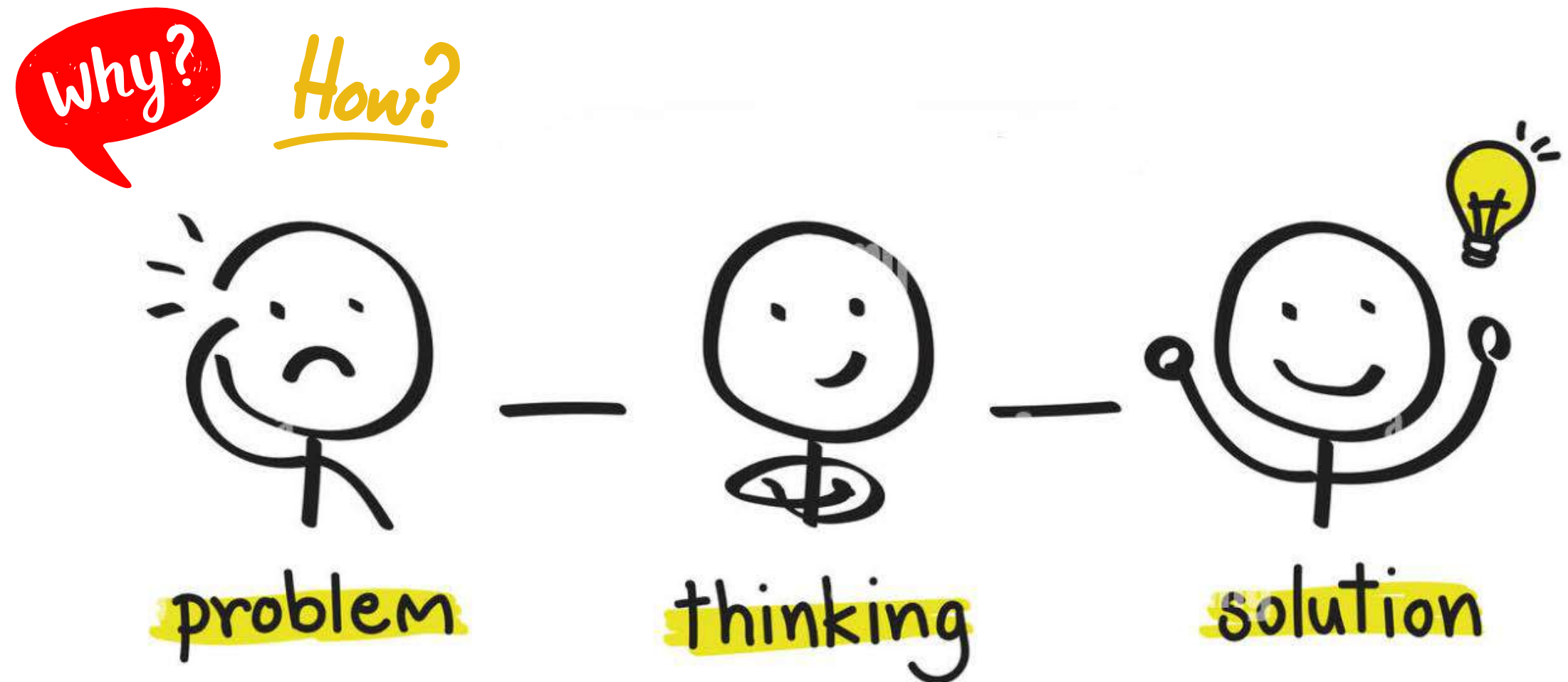
การคิดเชิงสร้างสรรค์

กระบวนการคิดทางสมองเพื่อแก้ไขปัญหาในหลากหลายรูปแบบ และ
เราสามารถเข้าใจถึงปัญหานั้นๆ นำไปต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรมที่
ใช้งานได้จริง

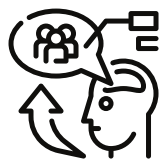


กระบวนการ

Design Thinking



1



Empathize

เข้าใจ

การเข้าใจผู้ใช้งานเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในกระบวนการ Design Thinking นักออกแบบต้องศึกษาและทำความเข้าใจในความต้องการ ความรู้สึก และปัญหาของผู้ใช้งานผ่านวิธีการต่างๆ

2

Define

นิยาม



เมื่อรวบรวมข้อมูลจากขั้นตอน Empathize แล้ว นักออกแบบต้องนำข้อมูลมาสรุปและระบุปัญหาหลักที่ต้องการแก้ไขอย่างชัดเจน โดยกระบวนการนี้ช่วยกำหนดทิศทางที่ถูกต้องในการแก้ปัญหา

3



Ideate

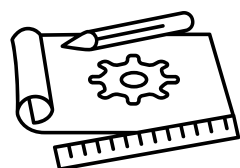
สร้างสรรค์

นักออกแบบต้องระดมความคิด (Brainstorming) เพื่อสร้างแนวทางแก้ไขปัญหามากมายและสร้างสรรค์

กระบวนการ Design Thinking

เป็นกระบวนการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (Human-Centered Design) ซึ่งเหมาะสำหรับการจัดการกับปัญหาที่ซับซ้อน (Wicked Problems) โดยเฉพาะในงานออกแบบกราฟิก กระบวนการนี้มุ่งเน้นให้ผู้ใช้งานเป็นหัวใจของการออกแบบ เพื่อสร้างผลงานที่ตอบโจทย์และมีคุณค่าอย่างแท้จริง

4



Prototype

จำลอง

การสร้างต้นแบบ (Prototype) ช่วยให้นักออกแบบสามารถนำแนวคิดไปทดสอบในสถานการณ์จริงได้

5

Test

ทดสอบ



นักออกแบบต้องนำต้นแบบไปทดสอบกับผู้ใช้งานจริง เพื่อรับฟีดแบ็กและนำมาปรับปรุงให้ตอบโจทย์มากขึ้น

1

Empathize

การเข้าใจผู้ใช้งานเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในกระบวนการ Design Thinking นักออกแบบต้องศึกษาและทำความเข้าใจในความต้องการ ความรู้สึก และปัญหาของผู้ใช้งานผ่านวิธีการต่างๆ



แนวทางการดำเนินการ

Empathize

การสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน (User Interviews)

เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้ใช้งาน เพราะช่วยให้นักออกแบบสามารถเข้าใจมุมมอง ความรู้สึก และความต้องการของพวกเขาได้โดยตรง เป็นการรับข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

วิธีการสัมภาษณ์ที่มีประสิทธิภาพ

- ตั้งคำถามปลายเปิด เช่น “อะไรคือสิ่งที่คุณชอบหรือไม่ชอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้?”
- ให้ผู้ใช้งานพูดถึงประสบการณ์ของตนเองโดยไม่ขัดจังหวะ
- บันทึกคำตอบและอารมณ์ของผู้ใช้งานเพื่อการวิเคราะห์ในภายหลัง



แนวทางการดำเนินการ

Empathize

การสังเกตพฤติกรรม (Observation)

การสังเกตผู้ใช้งานในสถานการณ์จริงช่วยให้นักออกแบบเห็นพฤติกรรมและปัญหาที่อาจไม่ได้ระบุผ่านการสัมภาษณ์ รวมถึงเข้าใจบริบทการใช้งาน เช่น สภาพแวดล้อมหรือข้อจำกัด

วิธีการสังเกต

- 1) เลือกสถานที่ที่เหมาะสม เช่น จุดที่ผู้ใช้งานโต้ตอบกับผลิตภัณฑ์
- 2) สังเกตการกระทำ การแสดงออก และพฤติกรรมที่เกิดขึ้น
- 3) บันทึกสิ่งที่เห็นโดยไม่ตัดสินหรือแทรกแซง



แนวทางการดำเนินการ

Empathize

การทำงานร่วมกับผู้ใช้งาน (Co-Creation)

การทำงานร่วมกันกับผู้ใช้งานช่วยให้นักออกแบบได้รับมุมมองและแนวคิดจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวัง

วิธีการทำ Co-Creation

- 1) เชิญผู้ใช้งานเข้าร่วมเวิร์กช็อปเพื่อระดมความคิด
- 2) ให้พวกเขาแสดงไอเดียหรือออกแบบต้นแบบง่ายๆ
- 3) กระตุ้นให้ผู้ใช้งานแชร์มุมมองผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 4) ใช้เครื่องมือเช่นการวาดภาพหรือการจัดลำดับความสำคัญ



แนวทางการดำเนินการ

Empathize

การใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูล (Data Collection Tools)

การใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูล เช่น แบบสอบถาม หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้นักออกแบบสามารถรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น

วิธีการทำ Co-Creation

- 1) ออกแบบคำถามที่ชัดเจนและกระชับ
- 2) ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Google Forms หรือ Typeform
- 3) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ได้รับ



Feedback survey is anonymous and will not be reported publicly on the level of...

SATISFIED have you been with the following aspects of the programme?

	Very Satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied
Suitability of learning resources	✓			
Timetable and programme arrangements known in advance	✓			
Management of room, timetable or other changes	✓			
Accuracy of information about course requirements (assignments, tests)	✓			
Feedback given to you on course work, assignments, tests	✓			
Library resources and services				
Computing facilities and services				

SATISFIED have you been with the quality of...

Very Satisfied

TOOL:

Empathy Map

เป็นเครื่องมือที่ช่วยรวบรวมข้อมูลและแสดงภาพรวมของสิ่งที่ผู้ใช้งานคิด รู้สึก พูด และทำ ช่วยให้นักออกแบบเห็นภาพรวมของมุมมองผู้ใช้งาน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการกำหนดปัญหาในขั้นตอน Define ต่อไป

ประโยชน์ของ

EMPATHY MAP

เข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

Empathy Map ช่วยให้นักออกแบบสามารถเห็นภาพรวมของผู้ใช้งานในทุกมิติ







สร้างโซลูชันที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน

ข้อมูลที่ได้ช่วยนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

ช่วยในการทำงานร่วมกัน

ทีมงานสามารถใช้ Empathy Map เพื่อแลกเปลี่ยนความเข้าใจและสร้างความสอดคล้องในเป้าหมาย

การออกแบบประสบการณ์การสั่งกาแฟผ่านแอปพลิเคชัน

หัวข้อ	สิ่งที่ผู้ใช้ (User) คิดและทำ	ความหมายต่อการออกแบบ
SEE  สิ่งที่ผู้ใช้งานมองเห็น	- เห็นคิวสั่งกาแฟที่ยาวเหยียดที่เคาน์เตอร์ตอนเช้า - เห็นคนรอบข้างหงุดหงิดกับการรอคิว - เห็นบาริสต้าที่ดูเร่งรีบและเคร่งเครียดกับการรับออเดอร์	* แอปต้องช่วยให้ไม่ต้องเข้าคิว * แอปต้องให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายและรวดเร็ว
HEAR  สิ่งที่ผู้ใช้งานได้ยิน	- ได้ยินเพื่อนร่วมงานบ่นเรื่องความผิดพลาดในการสั่งกาแฟ - ได้ยินเสียงเรียกชื่อที่ไม่ชัดเจนเมื่อกาแฟเสร็จแล้ว	* ระบบแจ้งเตือน (Notification) ต้องชัดเจนและเชื่อถือได้
 THINK & FEEL สิ่งที่ผู้ใช้งานคิดและรู้สึก	คิด "ฉันไม่มีเวลามาต่อคิวแบบนี้หรอกนะ" รู้สึก เครียดและกังวลว่าจะไปทำงานสาย, เสียอารมณ์เมื่อกาแฟที่สั่งผิดพลาด	* แอปต้องประหยัดเวลาอย่างเห็นได้ชัด * ต้องมีระบบยืนยันออเดอร์ที่ชัดเจนก่อนชำระเงิน
SAY & DO  สิ่งที่ผู้ใช้งานพูดหรือทำ	พูด "ฉันขอสั่งเมนูเดิมนะ" (พยายามลดความซับซ้อน) "ทำไมมันนานขนาดนี้!" (บ่นกับตัวเอง) ทำ เตรียมเงิน/บัตรให้พร้อมก่อนถึงเคาน์เตอร์	* ต้องมีฟีเจอร์ 'สั่งเมนูโปรดซ้ำ' ได้ในคลิกเดียว * แอปต้องทำให้การสั่งซ้ำและชำระเงินทำได้รวดเร็ว
PAIN  ปัญหาที่พบ	* การรอคิวที่ใช้เวลานานเกิน 5 นาที * สั่งไปแล้วแต่กาแฟผิดพลาด (เช่น ใส่ไซรัปผิด, ลืมลดความหวาน) * ไม่มีการแจ้งเตือนว่ากาแฟพร้อมเมื่อใด ทำให้ต้องเดินไปดูเองซ้ำๆ	* ต้องแก้ Pain Point เรื่อง 'เวลา' และ 'ความถูกต้อง' * ต้องมีระบบ Real-time Status (สถานะการทำกาแฟ) ที่แม่นยำ
GAIN  ความต้องการ	* สั่งกาแฟได้เสร็จสิ้นภายใน 30 วินาที * มีระบบสมาชิกและสะสมแต้มที่ใช้งานง่าย * มีระบบช่วยจำการปรับแต่งเมนูส่วนตัว * มารับกาแฟได้ทันทีที่มาถึงร้าน	* ต้องมุ่งเน้นที่ 'ความสะดวก' และ 'ความเป็นส่วนตัว' * แอปต้องใช้งานได้เร็วกว่าการสื่อสารกับบาริสต้าโดยตรง

Empathy Map นักดื่มกาแฟที่รีบเร่ง

Product การออกแบบแอปพลิเคชันสั่งกาแฟล่วงหน้า

2

Define

การนำข้อมูลมาสรุปและระบุปัญหาหลักที่ต้องการแก้ไข
อย่างชัดเจน โดยกระบวนการนี้ช่วยกำหนดทิศทางที่ถูกต้อง
ต้องการในการแก้ปัญหา



ความสำคัญของขั้นตอนการ

DEFINE

กระบวนการนี้ช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดทิศทางที่ถูกต้องในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันในทีม และสร้างแนวทางแก้ปัญหาที่เหมาะสม ซึ่งความสำคัญของขั้นตอน Define มีดังนี้

ช่วยให้มองเห็นปัญหาที่แท้จริง

ข้อมูลจาก Empathize มักประกอบด้วยรายละเอียดจำนวนมาก การ Define ช่วยรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูลเพื่อระบุปัญหาหลัก

ลดความเสี่ยงในการแก้ปัญหาผิดจุด

การระบุปัญหาที่ชัดเจนช่วยลดโอกาสที่แนวทางแก้ไขจะไม่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน

กำหนดกรอบแนวทางแก้ปัญหา

การกำหนดกรอบแนวทางแก้ปัญหาที่ดีช่วยให้การระดมความคิดในขั้นตอนต่อไปมีความเฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอน

Define

Problem Statement

เป็นการกำหนดปัญหาในรูปแบบที่เป็นกลางและเน้นข้อเท็จจริง โดยระบุว่าใครมีปัญหาอะไร และผลกระทบคืออะไร

โครงสร้าง

User Group + Problem + Impact

ตัวอย่าง

"พนักงานออฟฟิศที่รีบเร่ง ประสบปัญหาในการ รอคิวนาน และ ความผิดพลาดในการสั่งกาแฟ ส่งผลให้ พวกเขารู้สึกเครียด และเสียเวลาอันมีค่าในการทำงาน"

สรุป: Problem Statement เป็นการพูดถึง "ปัญหาโดยรวม" เพื่อกำหนดกรอบการระดมความคิดและพัฒนาแนวทางแก้ไข

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอน

Define

Point of View (POV)

ระบุปัญหาในมุมมองของผู้ใช้งาน (User-Centered) เพื่อเข้าใจความต้องการอย่างลึกซึ้งและเน้นไปที่ประสบการณ์เฉพาะตัวของผู้ใช้

ลักษณะเด่น

- เจาะลึกปัญหาโดยเชื่อมโยงกับความรู้สึก ความต้องการ และแรงจูงใจของผู้ใช้
- เขียนในรูปแบบเฉพาะที่เน้น "Who - What - Why"

โครงสร้าง

User Group + Need + Insight

ตัวอย่าง

"นักดื่มกาแฟที่รีบเร่ง ต้องการ สั่งกาแฟและมารับได้ทันทีอย่างแม่นยำ เพราะพวกเขามีเวลาน้อย และ รู้สึกเสียอารมณ์ เมื่อต้องเสียเวลาไปกับการรอคิวหรือแก้ไขออเดอร์ที่ผิดพลาด"

สรุป: POV จะมุ่งไปที่ "มุมมองของผู้ใช้งาน" โดยใช้ข้อมูลจาก Empathy Map เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจและความรู้สึกของผู้ใช้



เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอน

Define

Persona

เป็นตัวแทนสมมติของผู้ใช้งานที่สร้างขึ้นจากข้อมูลจริง เพื่อช่วยให้นักออกแบบเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในแง่มุมต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม

ลักษณะของ Persona

ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมาย ชื่อ อายุ อาชีพ พฤติกรรม ความต้องการ และปัญหาของผู้ใช้งาน

หัวข้อ	รายละเอียดของ Persona
ชื่อ/ตำแหน่ง	คุณธนิต (Thanit), พนักงานออฟฟิศ อายุ 32 ปี
เป้าหมาย	ต้องการประหยัดเวลาในการซื้อกาแฟตอนเช้า เพื่อให้ถึงออฟฟิศตรงเวลา
ปัญหา	หงุดหงิดกับการรอคิวที่ใช้เวลานานเกิน 5 นาที, กังวลเรื่องความผิดพลาดในการสั่งเมนู
คำพูดติดปาก	"ฉันขอสั่งเมนูเดิมนะ" (พยายามลดความซับซ้อน), "ทำไมมันนานขนาดนี้!"
ความรู้สึก	เครียดและกังวลว่าจะไปทำงานสาย

ประโยชน์ของ Persona จะช่วยให้นักออกแบบสร้างโซลูชันที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน และเข้าใจปัญหาได้จากมุมมองของผู้ใช้งานเอง

3

Ideate

นักออกแบบต้องระดมความคิด (Brainstorming) เพื่อสร้างแนวทางแก้ไขปัญหามากหลายและสร้างสรรค์



ความสำคัญของขั้นตอน

IDEATE

เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยเน้นการเปิดกว้างทางความคิดเพื่อค้นหาไอเดียที่หลากหลาย และมีศักยภาพ ขั้นตอนนี้ช่วยให้นักออกแบบมีโอกาสสำรวจแนวทางต่างๆ ที่อาจไม่เคยลองมาก่อน เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานอย่างแท้จริง

สร้างแนวทางที่หลากหลาย

เปิดโอกาสให้นักออกแบบระดมความคิด โดยไม่จำกัดกรอบ เพื่อให้ได้แนวทางแก้ปัญหาหลายรูปแบบ ก่อนจะนำมาคัดเลือกหรือพัฒนาต่อในขั้นตอนถัดไป

กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ โดยการเปิดพื้นที่ที่ปราศจากข้อจำกัดหรือการวิพากษ์วิจารณ์ในช่วงแรก ทำให้สมาชิกในทีมรู้สึกปลอดภัยในการแสดงความคิดเห็นและกล้าเสนอไอเดียที่แตกต่างออกไป

เน้นการทำงานร่วมกัน

การสนับสนุนการทำงานเป็นทีม ซึ่งช่วยให้ทีมออกแบบสามารถนำมุมมองที่หลากหลายมาผสมผสานและต่อยอดความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การทำงานร่วมกันยังช่วยลดอคติในการตัดสินใจ

Brainstorming

การระดมสมอง

เทคนิคการระดมสมองที่ได้รับความนิยมในกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ช่วยให้ทีมสามารถเสนอไอเดียได้อย่างอิสระโดยไม่ต้องกังวลว่าจะถูกวิจารณ์ จุดเด่นคือการสร้างบรรยากาศเปิดกว้างและผ่อนคลายเพื่อกระตุ้นแนวคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่ กระบวนการเริ่มจากการตั้งโจทย์ที่ชัดเจน เพื่อให้ทีมโฟกัสและพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ



4 -

Prototype

การสร้างต้นแบบ (Prototype) ช่วยให้นักออกแบบสามารถนำแนวคิดไปทดสอบในสถานการณ์จริงได้

5

Test

นักออกแบบต้องนำต้นแบบไปทดสอบกับผู้ใช้งานจริง เพื่อรับฟีดแบ็กและนำมาปรับปรุงให้ตอบโจทย์มากขึ้น



ขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Prototype) เป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบและปรับปรุงแนวคิดก่อนที่จะนำไปผลิตจริง ขั้นตอนหลัก ๆ ในการสร้างต้นแบบประกอบด้วย

01

การกำหนดเป้าหมายและข้อกำหนด

เริ่มต้นด้วยการระบุสิ่งที่ต้องการทดสอบและข้อมูลที่ต้องการจะได้รับจากการสร้างต้นแบบ

02

การออกแบบต้นแบบ

พัฒนารูปแบบเบื้องต้นหรือโมเดลที่แสดงถึงคุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

03

การพัฒนาต้นแบบ

สร้างต้นแบบที่สามารถใช้งานได้จริง ซึ่งอาจจะเป็นทางกายภาพหรือดิจิทัล ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์

04

การทดสอบและการรวบรวมความคิดเห็น

นำต้นแบบไปทดสอบในสภาพแวดล้อมจริงหรือกับกลุ่มผู้ใช้ที่มีเป้าหมาย เพื่อรวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะ

05

การปรับปรุงและการทดสอบซ้ำ

ใช้ข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงต้นแบบและทดสอบซ้ำ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

06

การตัดสินใจ

พิจารณาว่าต้นแบบที่ปรับปรุงแล้วพร้อมที่จะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จริงหรือไม่

การสร้างต้นแบบนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เห็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการเท่านั้น แต่ยังช่วยลดความเสี่ยงในการพัฒนาที่อาจเกิดขึ้นในภายหลังด้วย

กรณีศึกษา: Airbnb - ต้นแบบที่เรียบง่ายแต่ทรงพลัง

โจทย์/ปัญหา

ในช่วงเริ่มต้น (ปี 2007-2008) Airbnb มีปัญหาในการสร้างรายได้ โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงอย่าง New York City ภาพถ่ายที่อัปโหลดบนเว็บไซต์ของพวกเขาดูไม่น่าดึงดูด และหลายคนไม่กล้าจองที่พัก



Low-fidelity prototype (ต้นแบบความเที่ยงตรงต่ำ)
เพื่อทดสอบสมมติฐานหลัก
"ภาพถ่ายคุณภาพสูงจะทำให้ยอดจองเพิ่มขึ้นหรือไม่?"

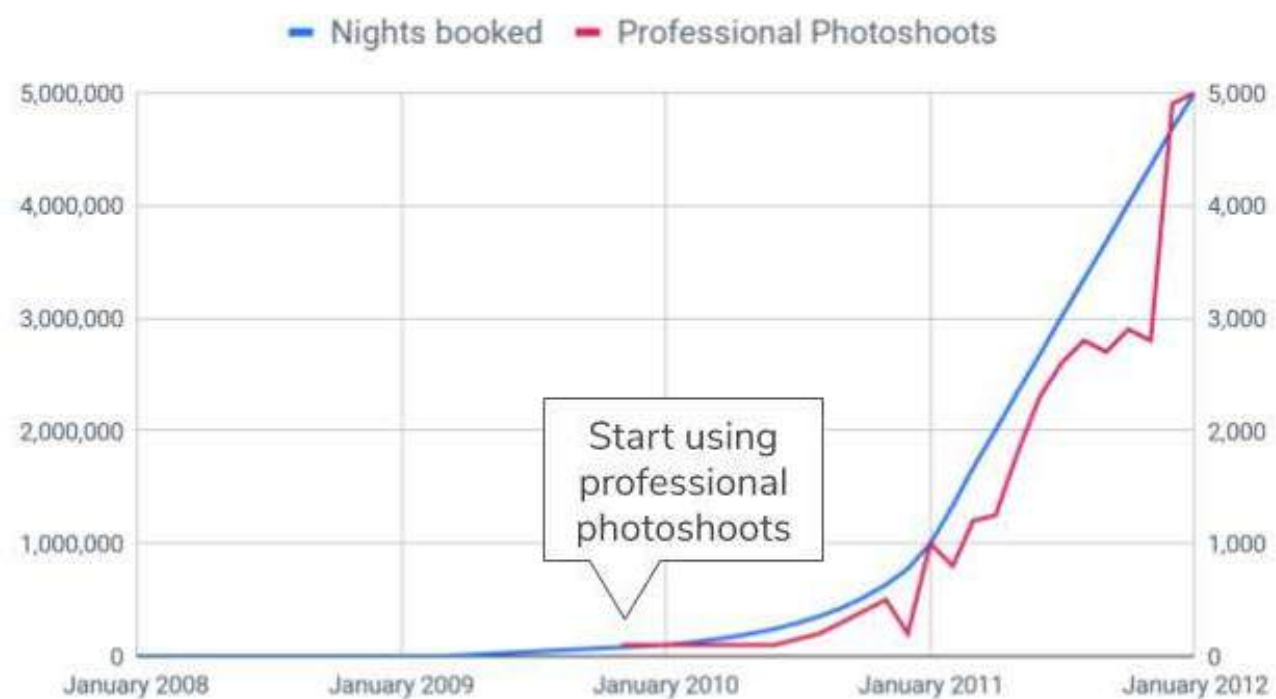


1. การลงพื้นที่จริง (Prototype in Action)
2. การทดสอบ (Testing)



Professional

Number of nights booked Airbnb



ผลลัพธ์ที่ได้ (Learning)

ยอดจองในกลุ่มที่พักที่มีภาพถ่ายระดับมืออาชีพเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ตั้งแต่สัปดาห์แรก

พิสูจน์สมมติฐานหลัก → การประหยัดเวลาและเงิน ช่วยให้ทีมไม่ต้องเสียเวลาสร้างฟีเจอร์ที่ไม่จำเป็น แต่โฟกัสไปที่ปัญหาที่แท้จริง