

การพัฒนากระบวนการให้เป็น นวัตกรรมทางสังคม

ผศ.ดร.วิพุธ อ่องสกุล

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผศ.ดร.วิพุธ อ่องสกุล

ตำแหน่งปัจจุบัน

- คณบดี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



การศึกษา:

- December 2001 ปริญญาเอก Industrial Engineering
จาก Texas Tech University, Lubbock, TX, USA
- August 1998 ปริญญาโท Industrial Engineering จาก Texas Tech University,
Lubbock, TX, USA
- March 1996 ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรม จากจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

อาจารย์รับเชิญ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันพระปกเกล้า มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยนานาชาติ Stamford

การเข้าอบรม:

December 2015	Microeconomics of Competitiveness Affiliate Faculty Workshop, Harvard Business School, Harvard University, Boston, Massachusetts, USA
December 2011	Microeconomics of Competitiveness Affiliate Faculty Workshop, Harvard Business School, Harvard University, Boston, Massachusetts, USA
October 2010	Executive Leadership Program, Wharton School of Business, University of Pennsylvania, Philadelphia, Pennsylvania, USA
August 2009	Thailand Spectrum Auctions Masterclass by Policy Tracker and Holios organized by Thailand's National Communication Commissions.
October 2008	Case Research and Writing Workshop by Prof. Dr. Clifford E. Darden, The Graziadio School of Business and Management, Pepperdine University
January 2008	Toyota Talent: The Secret of Toyota's amazing success and how you can make it a reality in your company seminar by David P. Meier, the coauthor of Toyota Talent : Developing Toyota Way
December 2006	Microeconomics of Competitiveness, Harvard Business School, Harvard University, Boston, Massachusetts, USA
September 2004	Value Stream Mapping Workshop, 4 th Lean Management Solutions Conferences, Institute of Industrial Engineer, Log Angeles, California, USA
June 2003	Ph.D. Seminar in Entrepreneurship, Robert H. Smith School of Business, University of Maryland

ประสบการณ์การเป็นวิทยากร

•Yum!, General Motor, Bayer, Acer, Auto Alliance, Citi Bank Group, ธนาคารกสิกร, Hitachi Global Storage Technologies, BSH Home Appliances, Office Mate, บางจาก, PTT , NEC, MFC, CPN, เมืองไทยประกันชีวิต, สหยูเนี่ยน, Panasonic, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, Premier Marketing, Star Micro, ปูนซิเมนต์ไทย, กรุงเทพประกันชีวิต, Alan Dick, EEI, ไทยศรีประกันภัย, กรุงเทพโทรทัศน์ (ช่อง 7), สถาบันเพิ่มผลผลิต, การไฟฟ้านครหลวง, การไฟฟ้าฝ่ายผลิต, กรุงศรีอโต้, ปตท, โรงงานยาสูบ, Team Consulting, รอส, แพนด้าจิ๋วเวอร์รี่, กทข, น้ำประปาไทย, ขนส่งน้ำมันทางท่อ, บางจาก, Greenspot

ประสบการณ์ในการให้คำปรึกษา

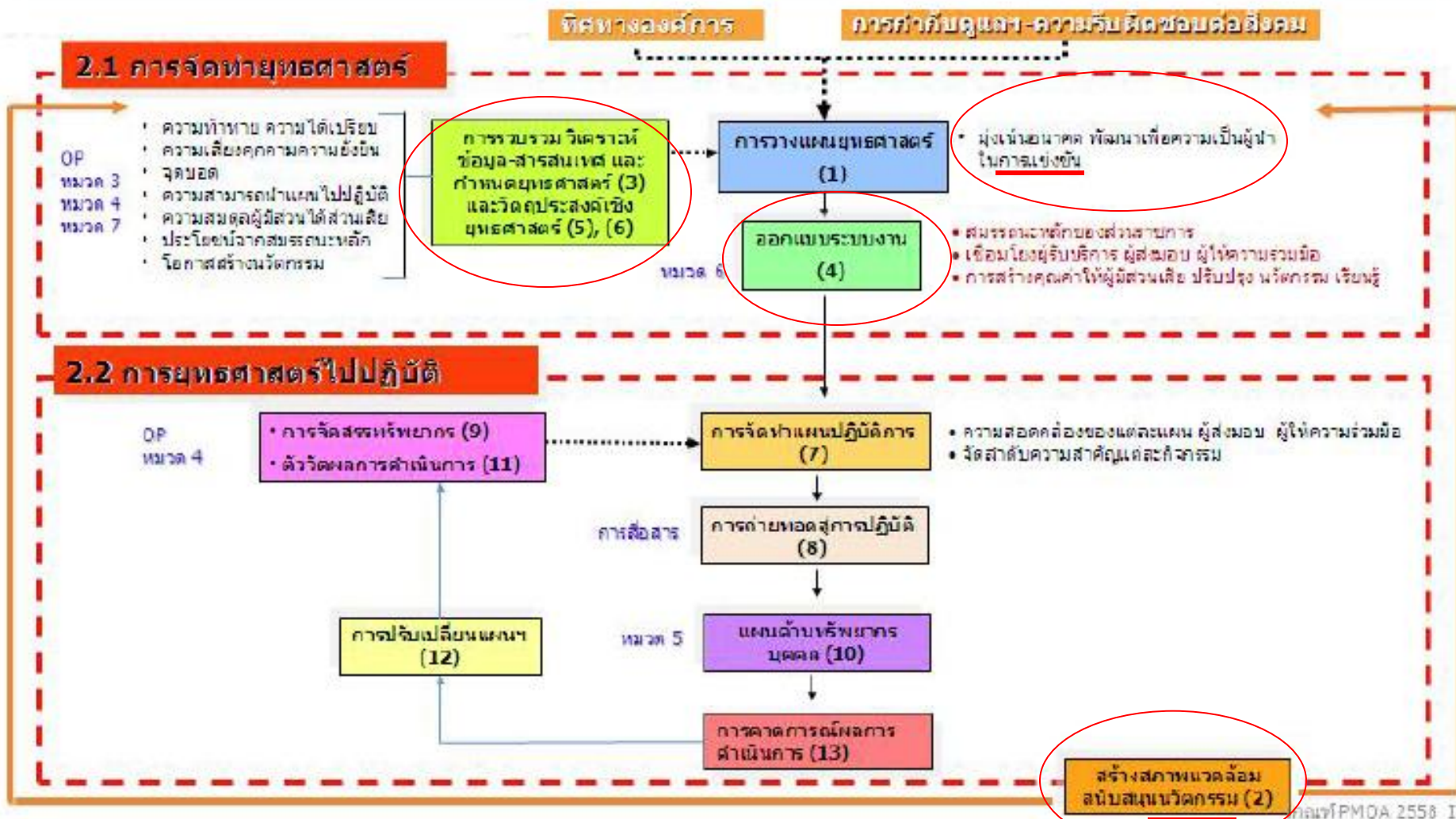
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, รางวัลคุณภาพการให้บริการประชาชน, Doing Business (world bank), UN Public service award ตั้งแต่ปี 2003-Present
- สำนักงาน กสทช ตรวจสอบสมบัติผู้เข้าประมูล คลื่น 2.1 GHz ปี 2012, ทวีติจิตอล ปี 2013, คลื่น 1800, 900 MHz ปี 2015
- Thai Storage Batteries (3K Batt) in TQM Project ปี 2009
- ปตท, Business Plan for Lubrication Business Project, 2008
- โรงงานยาสูบ, Customer Survey Project, 2007-2008
- ไพรซิเย่ไทย, Organization Restructure Project, 2006
- FTA Position, สภาพอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2004

Section I

ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

หมวด 2 การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์

เพื่อให้ส่วนราชการสามารถวางแผนยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ กำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองความท้าทายเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ และโอกาสเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการตัดสินใจเรื่องระบบงานที่สำคัญ ในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ



เกณฑ์รางวัลคุณภาพการให้บริการประชาชน

- นวัตกรรมการให้บริการ
 - การสร้างสรรค์งานบริการใหม่
 - การสร้างสรรค์วิธีการทำงานใหม่
 - การนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้ และ
 - การเพิ่มคุณลักษณะใหม่โดยเน้นการทำงานเชิงรุก



นวัตกรรมการให้บริการภาครัฐ

- เทศบาลนครขอนแก่น : Book Bike ห้องสมุดเคลื่อนที่สู่ชุมชน
- สำนักงานประกันสังคม: การรับประโยชน์ทดแทนจากกองทุนประกันสังคมในกรณี คลอดบุตรและสงเคราะห์บุตร
- เทศบาลนครขอนแก่น : โครงการเทศบาลเล็กในเทศบาลใหญ่
- กรมการขนส่งทางบก: การรับชำระภาษีรถยนต์



นวัตกรรม (Innovation)

หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน รูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่ใครๆ สามารถใช้ประโยชน์ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ อาจจะยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน (Breakthrough Innovation) หรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้ว แต่ใครๆ ยังไม่เคยทำ (Incremental Innovation) โดยการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และการจัดการ มาผนวกกับการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ที่สัมฤทธิ์ผลและเป็นประโยชน์

"Innovation ของใคร่อา"

ไม่ได้หมายความว่าแค่เพียง Invention หรือการประดิษฐ์ของใหม่เท่านั้น แต่รวมไปถึงบรรยากาศ วิธีการคิด และวิธีการทำงานแบบสร้างสรรค์ ที่จะช่วยให้เรามีความคิดเดิมที่มีอยู่... หรือไม่ก็ต่อยอดจากของเดิมที่มีอยู่... ให้เราได้มีโอกาสคิดและทำสิ่งต่างๆ เหนือนี้ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ... จนกลายเป็น วัฒนธรรมขององค์กรเราในการ ลงมือทำสิ่งที่จะเป็นประโยชน์และเน้นผล สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ผู้ค้า ผู้ถือหุ้น รวมทั้งตัวพวกเราเอง"

“ไม่ใช่แค่ invention แต่รวมถึงบรรยากาศ วิธีการคิด และ วิธีการทำงานแบบสร้างสรรค์”

“สิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน (Breakthrough Innovation)

หรือ สิ่งใหม่ที่มีการทำแล้วแต่ เรายังไม่ทำ (Incremental Innovation)”



ปีที่ 3 ฉบับที่ 16 ประจำเดือน มกราคม 2549

3 กุมภาพันธ์ประกาศผล POWER OF INNO AWARD รางวัลชนะเลิศชนะเลิศ 1 ล้านบาท

รอบสุดท้ายรางวัล Power of Innovation งวดเข้ามาทุกขณะ โดยเมื่อ 19 และ 22 ธันวาคมที่ผ่านมา ทั้ง 11 ทีมจากทุกธุรกิจได้นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการไปแล้ว งานนี้กรรมการซักถามข้อมูลกันละเอียดยับ เพื่อให้ได้รู้จักกับทั้ง 11 ผลงาน อินโนนิวส์จึงตามไปเกาะเชิงเกาะขา สัมภาษณ์แต่ละทีมมารายงาน พร้อมเชิญพนักงานทุกคนร่วมลุ้นทีมชนะเลิศที่ 1 รับรางวัล 1 ล้านบาท วันที่ 3 กุมภาพันธ์ที่โรงแรมเมืองทองธานี เตรียมพร้อมประกาศผลให้รู้ทั่วกันทาง SMS

★ ต่อหน้า 2



▲ กรรมการตัดสิน Power of Innovation ทั้ง 5 ท่าน นำโดยคุณกานต์ ละครกุลสุน ประธานคณะกรรมการอินโนวชันของเครือฯ

วัฒนธรรมนวัตกรรม

หมายถึง วัฒนธรรมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงในทางที่เป็นประโยชน์
โดยการสร้างบรรยากาศให้พนักงานทุกระดับ มีการคิดนอกกรอบ
เปิดใจรับฟังความคิดเห็น ถ้าแสดงความคิดเห็น ถ้ารับความเสี่ยงในการทดลองสิ่งใหม่ๆ
ส่งเสริมการพัฒนาตนเอง ใฝ่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา รวมทั้งจัดให้มีการยกย่อง
และการให้รางวัล แก่พนักงานที่มีส่วนในการพัฒนานวัตกรรมอีกด้วย

5+3

ทุกคนสามารถช่วยผลักดันให้เครือข่ายของเรา
เป็นองค์กรที่ innovative ได้ โดยการเปลี่ยนตัวเอง
ให้เป็น Innovative People ที่เป็น

คนกล้า 5 ประการ คือ

- +กล้าเปิดใจรับฟัง
- +กล้าคิดนอกกรอบ
- +กล้าพูดกล้าทำ
- +กล้าเสี่ยงกล้าริเริ่ม
- +กล้าเรียนรู้

สำหรับผู้บริหาร ต้องเพิ่มความเป็น
Innovative Leader

ผู้นำ 3 ประการ คือ

- +นำการเปลี่ยนแปลง
- +สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง
- +บริหารการเปลี่ยนแปลงด้วย
การทำให้เป็นแบบอย่าง



SCC
SIAM CEMENT GROUP

Inno-People (คนกล้า 5 ประการ)

กล้าเปิดใจรับฟัง (Open Minded)

รับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างจากผู้อื่นด้วยความเต็มใจ แสดงความคิดเห็นของตนเอง และยินดีปฏิบัติตามความคิดเห็นของผู้อื่นที่ดีกว่าความคิดเห็นของตน

- ยินดีรับฟังและทำความเข้าใจกับความคิดเห็นที่แตกต่างกับความคิดของตนเอง
- เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของตนไปตามความคิดที่ดีกว่าได้โดยไม่กลัวเสียหน้า
- ไม่ทับถมความล้มเหลว แต่เรียนรู้และยกย่อง ถ้าสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ได้ในอนาคต



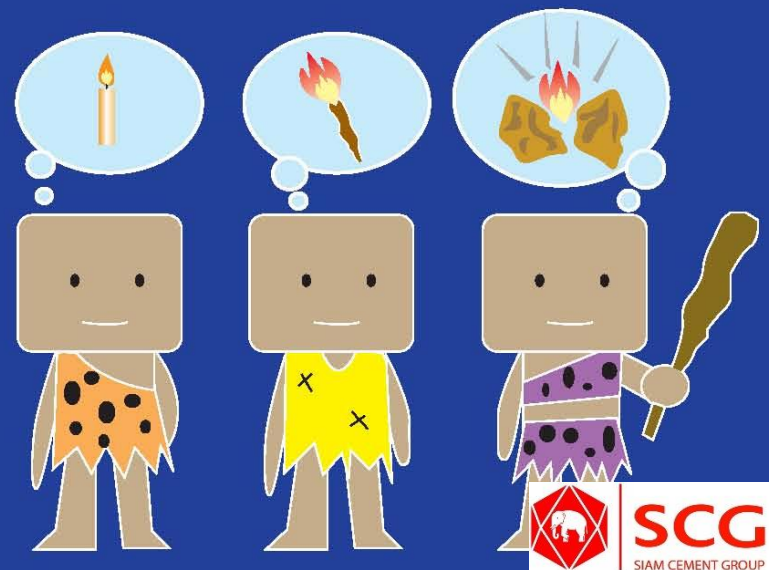
Inno-People (คนกล้า 5 ประการ)

กล้าคิดนอกกรอบ (Thinking out of the Box)

กล้าคิดนอกกรอบ คิดในสิ่งที่ต่างจากกรอบความคิดเดิมๆ หรือลึกซึ้งกว่าเดิม

ได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำความคิดไปปฏิบัติ ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ไม่เคยพบมาก่อนได้อย่างฉับพลัน

- คิดสิ่งที่แตกต่างออกไปจากเดิม ซึ่งสามารถนำมาปฏิบัติได้
- แก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมได้อย่างสร้างสรรค์
- นำแนวความคิดสร้างสรรค์สู่การปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ได้

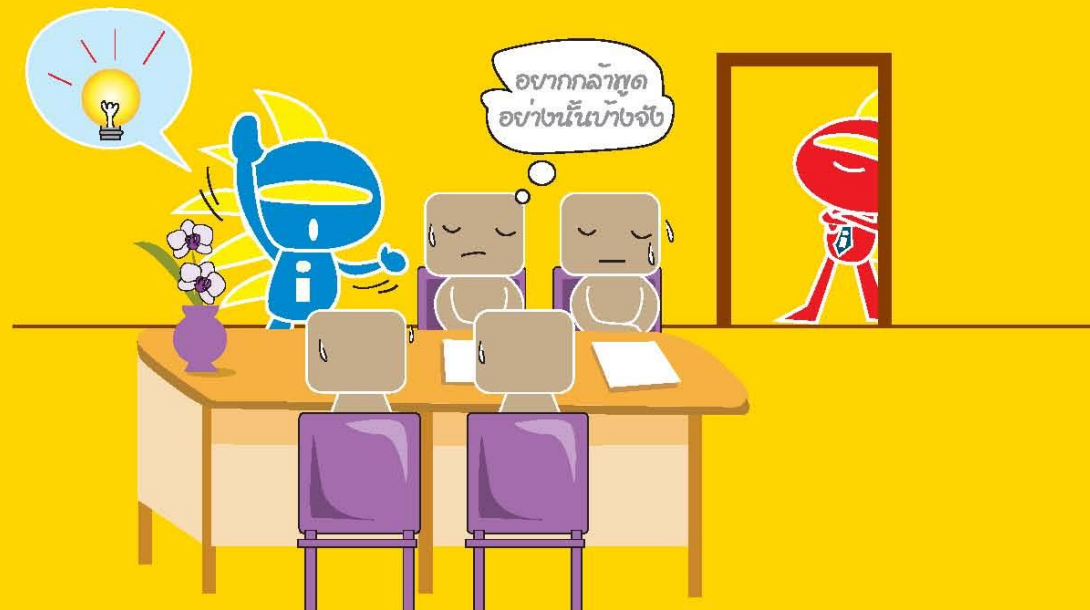


Inno-People (คนกล้า 5 ประการ)

กล้าพูดกล้าทำ (Assertive)

กล้าคิด กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างจากคนหมู่มาก กล้าทำ กล้าแสดงออกในสิ่งที่เหมาะสม บนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนรวม กล้าตัดสินใจ กล้าเสนอวิธีการทำงานและมุมมองต่างๆ ที่ทำให้งานบรรลุเป้าหมาย ส่งผลถึงตนเองและองค์กรโดยรวม

- แสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา ด้วยความมั่นใจและมีจุดยืน โดยไม่ละเมิดสิทธิในการคิดของผู้อื่น
- กล้าวิพากษ์แนวคิด (ไม่ใช่วิจารณ์คน) และกล้าตัดสินใจ
- เสนอแนวทางหรือวิธีการทำงานใหม่ๆ ทั้งในงานที่รับผิดชอบและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



Inno-People (คนกล้า 5 ประการ)

กล้าเสี่ยงกล้าริเริ่ม (Risk Taking)

กล้าริเริ่ม กล้าเสี่ยงทำในสิ่งใหม่ๆ บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่ และใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อให้การเสี่ยงบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ทั้งกับองค์กรและตัวพนักงานเอง นำสิ่งที่เรียนบทเรียนจากความสำเร็จหรือความล้มเหลวในอดีต มาประกอบการวิเคราะห์ตัดสินใจอย่างสมเหตุสมผล

- แสวงหาโอกาสในการทำสิ่งใหม่ๆ ที่ท้าทายอยู่เสมอ
- วิเคราะห์โอกาส หรือประเมินผลได้ผลเสียจากความเสี่ยง และกล้าลงมือทำภายหลังจากที่ประเมินความเสี่ยงแล้ว
- ลดความกลัวที่จะล้มเหลว หรือเรียนรู้จากข้อผิดพลาด เพื่อป้องกันและแสวงหาโอกาสต่อไป



SCG
SIAM CEMENT GROUP

Inno-People (คนกล้า 5 ประการ) กล้าเรียนไม่รู้ (Eager to Learn)

แสวงหาความรู้ใหม่ๆ ไม่อายที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองและ
ทีมงานอยู่เสมอ สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดวิธีการทำงาน
หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดจนพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น

- แสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาตนเองหรือทีมงานอยู่เสมอๆ
- นำความรู้ใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ หรือสร้างสิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน
- แบ่งปันความรู้ ความคิด เพื่อการพัฒนาต่อยอด
หรือพัฒนาเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ๆ

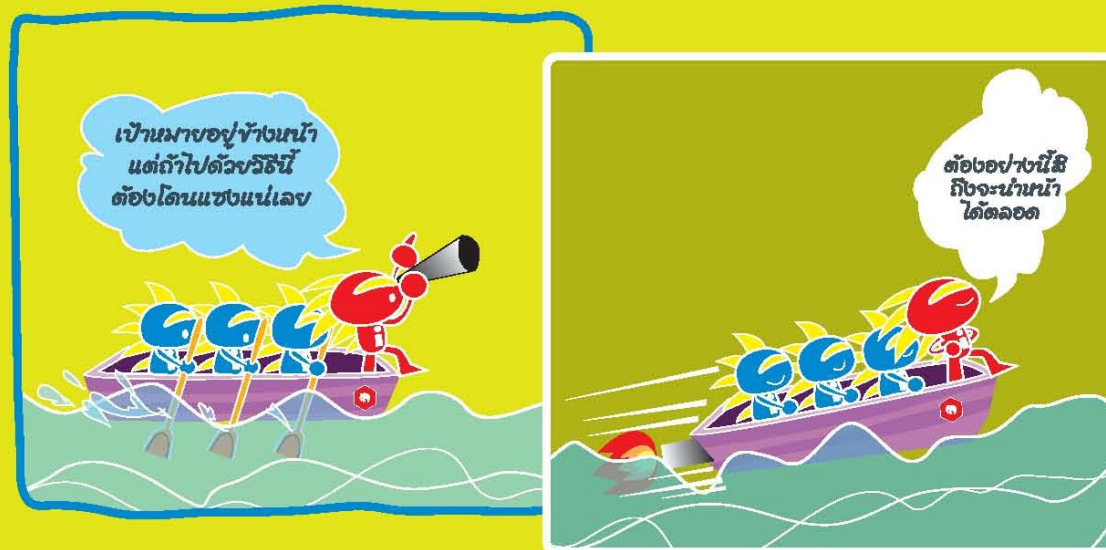


Inno-Leader (ผู้นำ 3 ประการ)

เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Lead Change through Vision & Values)

กำหนดวิสัยทัศน์ หรือทิศทางอนาคตของธุรกิจ หรือหน่วยงานอย่างชัดเจน สื่อสารและส่งเสริมให้ผู้ร่วมทีม มีความเข้าใจตรงกันว่า การเปลี่ยนแปลงจะช่วยให้องค์กรและพนักงานไปสู่จุดหมายที่ต้องการ และนำไปสู่การปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

- เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในองค์กร
- กำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่ชัดเจน
- ใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจถูกต้องตรงกันเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ และทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคตขององค์กร
- กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยการเข้าถึงพนักงานโดยตรง เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่างผู้นำและพนักงาน



Inno-Leader (ผู้นำ 3 ประการ)

เป็นผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง (Facilitate & Support Change)

กระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนำไปสู่สิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน และสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมทีมแสดงความคิดเห็น และได้ทดลองทำสิ่งใหม่ๆ ภายในองค์กร

- สร้างบรรยากาศองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยส่งเสริมให้คนกล้าคิด กล้าตัดสินใจ กล้าลงมือปฏิบัติ กล้ารับความผิดพลาด
- ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ และบริหารกระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์ไปทดลองปฏิบัติ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในองค์กร
- สนับสนุนทุกรูปแบบเพื่อนำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลสำเร็จและเกิดสิ่งใหม่ๆ ในองค์กร



Inno-Leader (ผู้นำ 3 ประการ)

เป็นผู้บริหารการเปลี่ยนแปลงด้วยการทำเป็นแบบอย่าง (Execute Change by being the Role Model)

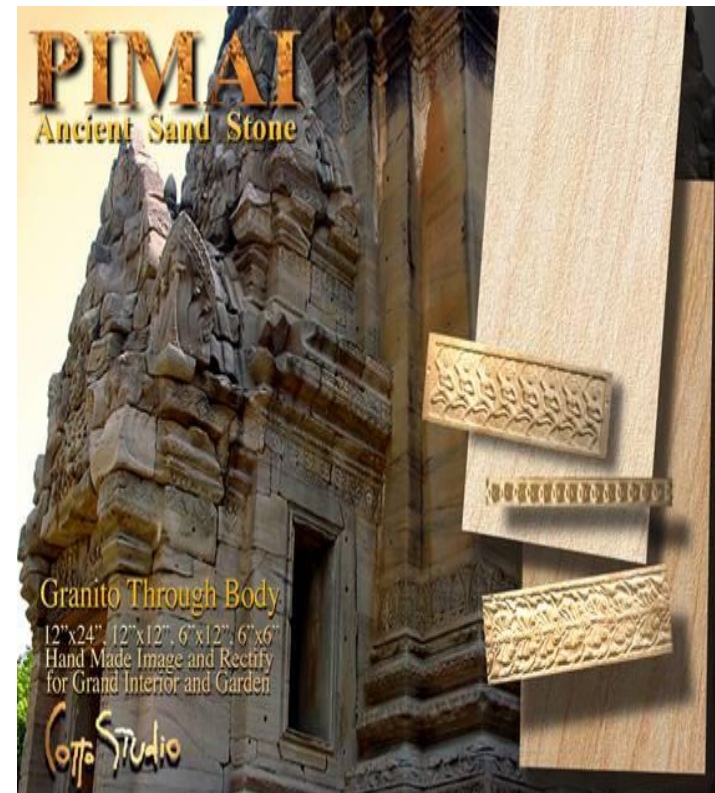
เป็นแบบอย่างของการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร โดยการลงมือปฏิบัติให้เห็นจริง บริหารการเปลี่ยนแปลงให้บรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนทำตัวให้เป็นแบบอย่างที่ดีกับพนักงานในองค์กร และยอมรับผลอันสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลง

- เป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุคคลอื่น
- แสดงให้ทุกคนเห็นว่าตนเองพร้อมสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- อดทนและควบคุมอารมณ์ต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลง



Some of SCG Innovation

... new rule for competition in ceramics business was defined
- It's Design, not Price that matters -



SCG Case: Concrete business

Redesign the delivery tools

- Changing customers' perception:
- CPAC is serious about delivery of small orders
- Eliminating the constraints of the typical truck to serve every customer (*unable to go into small city lanes*)

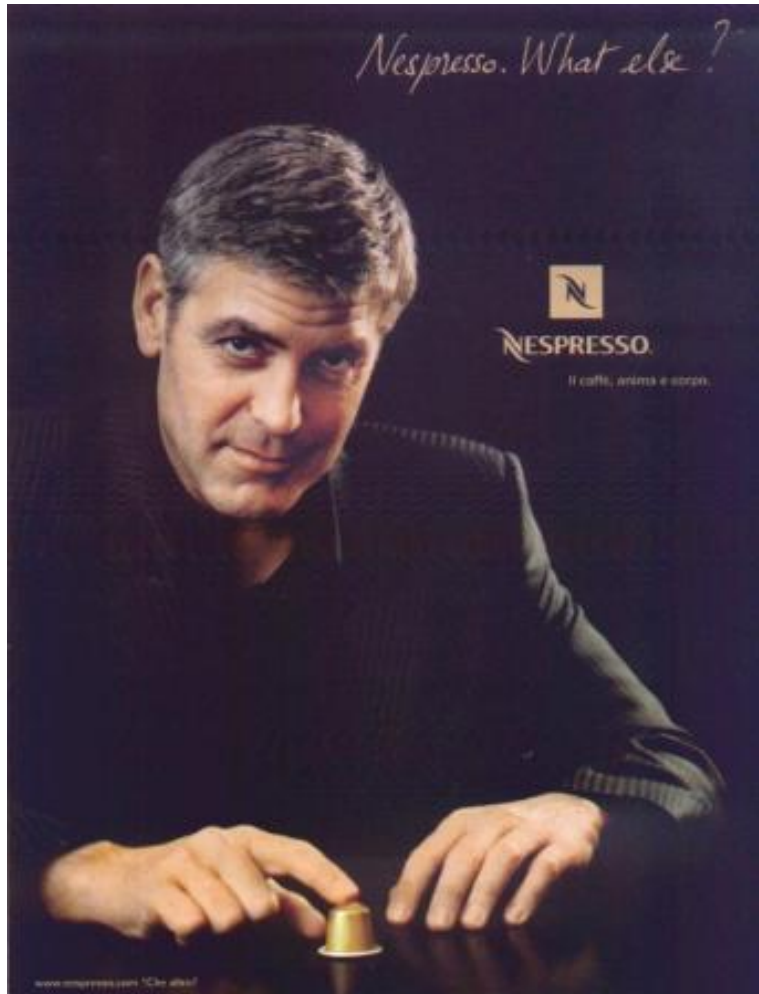




นวัตกรรมหรือ Innovation

- นวัตกรรม ควร มุ่งเน้นในการเปลี่ยนแปลง การทำงาน ที่ How หรือทำงานอย่างไร
- นวัตกรรม ไม่ได้เปลี่ยน สิ่งที่ทำ หรือ What

The case of Nespresso



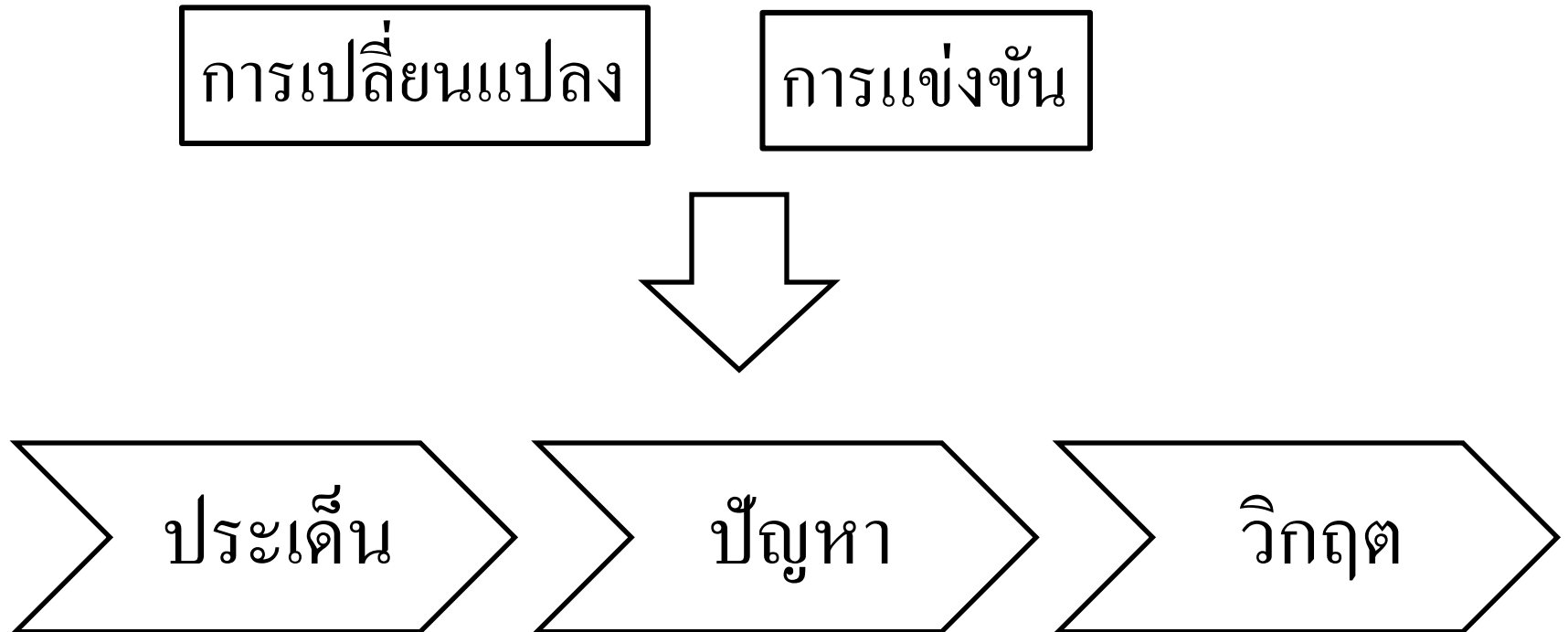
Sources: images taken from Google Images

© ผศ.ดร.วิพุธ อ่องสกุล คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

© Viput Ongsakul, Ph.D. Graduate School of Business Administration, NIDA

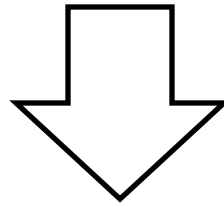
การตอบสนองต่อประเด็น ปัญหา วิกฤต

- การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน เป็น ตัวสร้างประเด็น



ความต้องการลูกค้า

- ถ้าความต้องการของลูกค้าไม่ถูกตอบสนอง
 - นำไปสู่การเกิด ประเด็น
 - ประเด็นเล็กๆหลายประเด็นจะนำไปสู่การเกิด ปัญหา
 - ปัญหาหลายๆปัญหาจะนำไปสู่การเกิด วิกฤติ

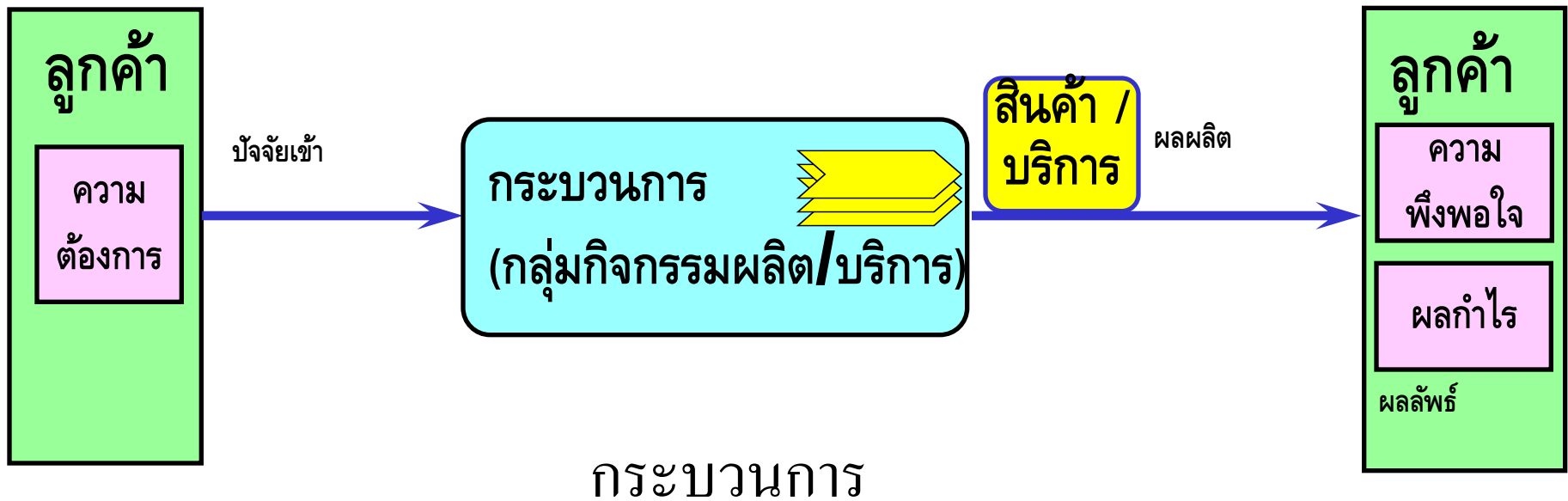


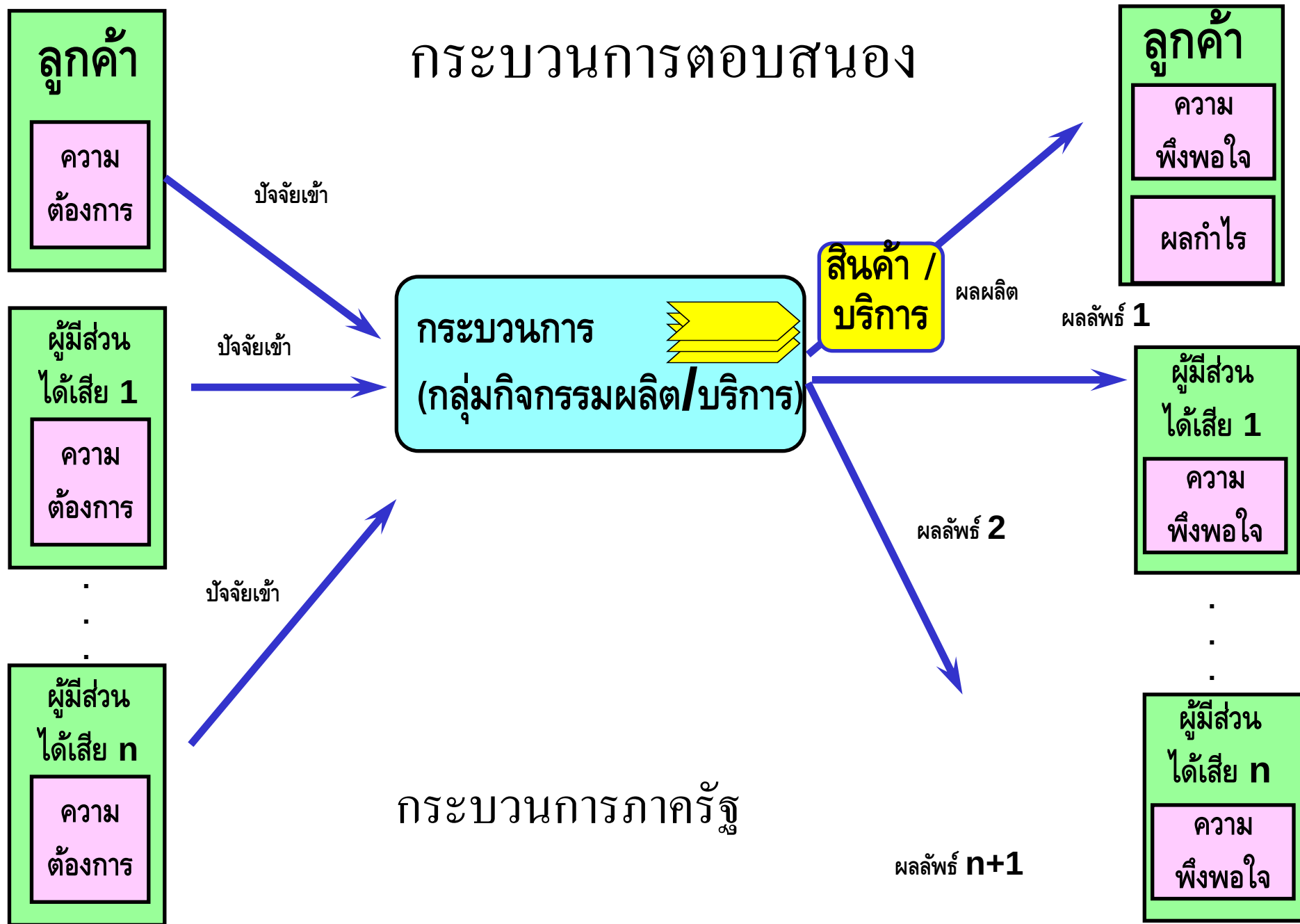
องค์กรเอกชน VS องค์กรรัฐ

- องค์กรเอกชน—> Private Organization
- องค์กรรัฐ—> Public Organization
- การตอบสนองขององค์กรเอกชน เน้น *ลูกค้า*
- การตอบสนองขององค์กรเอกชน เน้น *ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย*

กระบวนการตอบสนอง

- การตอบสนองเป็นการบริหารกิจกรรมต่างๆเพื่อเปลี่ยนความต้องการทางธุรกิจให้เป็นผลผลิตและผลลัพธ์





แนวโน้มประเด็นความต้องการ

- ความรวดเร็ว
- ความถูกต้องสมบูรณ์
- การมีส่วนร่วม
- ความเป็นตัวตน



ระยะเวลาจัดส่งสินค้า

หมายเหตุ: ระยะเวลาไม่รวมวันหยุด

	น้ำหนักสินค้า (รวม)	ตรวจสอบสถานะ ทาง INTERNET	ระยะเวลา กทม-ปริมณฑล	ระยะเวลา ต่างจังหวัด
 ไปรษณีย์ไทย THAILAND POST พัสดุธรรมดา	ไม่จำกัด	✗	2-5 วัน	5-7 วัน
 ไปรษณีย์ไทย THAILAND POST พัสดุลงทะเบียน	ไม่เกิน 2 กิโลกรัม	✓	2-5 วัน	5-7 วัน
	ไม่จำกัด	✓	1-2 วัน	2-3 วัน

POSTBOXS ©

ทั้งนี้ระยะเวลาการจัดส่งขึ้นอยู่กับการทำงานของแต่ละไปรษณีย์

YARIS CLUB
THAILAND.COM



sogood™



วันนี้สั่งออนไลน์
ได้ทั่วประเทศ

1150 | เมนู | โปรโมชั่น | ชุดสุดคุ้ม | ตรวจสอบออเดอร์ | เกี่ยวกับ KFC

ใหม่! เลือกเมนูถูกใจ ให้เป็น
ชุดอาหารโปรดสไตล์คุณกับ KFC

Mix & Match

ชุดอาหาร A ราคา 79



ชุดอาหาร B ราคา 89



ชุดอาหาร C ราคา 99



GSM สมาร์ท
มิกซ์ & แมทช์

ใหม่! แพ็กเสริม
คุยฟรีข้ามวันข้ามคืน



คุยฟรี
ข้ามวัน
ข้ามคืน

คุยไม่อัน 4 กลุ่ม - 5 โมงเย็น
ในเครือข่ายเอไอเอส
เพียง 249 บ.

"เมื่ากลางคืน"



"งานเช้าทั้งวัน"



ขั้นที่ 1 เลือกแพ็คเกจเริ่มต้น คุยได้ทุกเครือข่าย 24 ชม.

เปิดเบอร์ใหม่รับนาทีเพิ่มอีก 20% นาน 3 เดือน

☐	200	☐	300	☐	400	☐	600	☐	800	☐
	200 นาที		300 นาที		400 นาที		600 นาที		800 นาที	
	240 นาที		360 นาที		480 นาที		720 นาที		960 นาที	

ขั้นที่ 2 เลือกแพ็คเกจเสริมเพิ่มเติม

Smart Topping

☐	 AIS คุยในเครือข่าย	ทุกเบอร์ AIS 150 นาที	☐	 AIS คุยในเครือข่าย	100 บ.
☐	 คุยฟรี กลางวัน	05.00 - 17.00 น. เบอร์ AIS	☐	 คุยฟรี กลางวัน	199 บ.
☐	 คุยฟรี ข้ามวันข้ามคืน	22.00 - 17.00 น. เบอร์ AIS	☐	 คุยฟรี ข้ามวันข้ามคืน	249 บ.
☐	 คนมีรัก นาทีละ 25 สต.	1 เบอร์ AIS 24 ชม.	☐	 คนมีรัก คุยฟรี 20 ชม.	150 บ.
☐	 แก๊งค์ นาทีละ 50 สต.	22.00-18.00 น. 3 เบอร์ AIS	☐	 แก๊งค์ นาทีละ 50 สต.	100 บ.
☐	 120 SMS	ส่งได้ 120 ครั้ง	☐	 120 SMS	100 บ.
☐		ส่งได้ 12 ครั้ง	☐		

☐	 คุยทุก เครือข่าย	Inswr 100 นาที	☐	 คุยทุก เครือข่าย	100 บ.
☐	 คุยฟรี กลางคืน	22.00-08.00 น. เบอร์ AIS	☐	 คุยฟรี กลางคืน	100 บ.
☐	 คุยฟรี วีทเอนด์	เสาร์ - อาทิตย์ เบอร์ AIS	☐	 คุยฟรี วีทเอนด์	100 บ.
☐	 คนมีรัก คุยฟรี 20 ชม.	22.00-18.00 น. 1 เบอร์ AIS	☐	 คนมีรัก คุยฟรี 20 ชม.	150 บ.
☐	 50 SMS	ส่งได้ 50 ครั้ง	☐	 50 SMS	50 บ.
☐	 200 SMS	ส่งได้ 200 ครั้ง	☐	 200 SMS	150 บ.
☐		ส่งได้ 30 ครั้ง	☐		

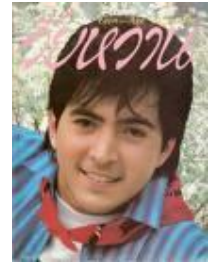
แพ็คเกจเสริม BlackBerry

☐	BlackBerry unlimited chat ส่ง SMS ได้ 150 ครั้ง	Unlimited Chat	☐	BlackBerry unlimited chat ส่ง SMS ได้ 150 ครั้ง	149 บ.
☐	BBM+Voice Call Package	Inswr 200 นาที SMS 10 ข้อความ	☐	BBM+Voice Call Package	300 บ.
☐	BlackBerry 300	Chat + Facebook	☐	BlackBerry 300	300 บ.
☐	BlackBerry 10MB.	Social	☐	BlackBerry 10MB.	249 บ.
☐	BlackBerry Internet 200 MB.	Chat+Facebook+Email ใช้ได้เฉพาะ EDGE+	☐	BlackBerry Internet 200 MB.	450 บ.
☐	BlackBerry Internet 300 MB.	ใช้ได้ทั้ง EDGE+ และ 3G	☐	BlackBerry Internet 300 MB.	500 บ.
☐	BlackBerry Unlimited	ใช้ได้ไม่จำกัด	☐	BlackBerry Unlimited	

การจัดกลุ่มความต้องการตามประชากร

- อายุ 45 ปี ขึ้นไป

Baby Boomer



- อายุ 30-45 ปี ขึ้นไป

Gen X



- อายุ 15-30 ปี ขึ้นไป

Gen Y

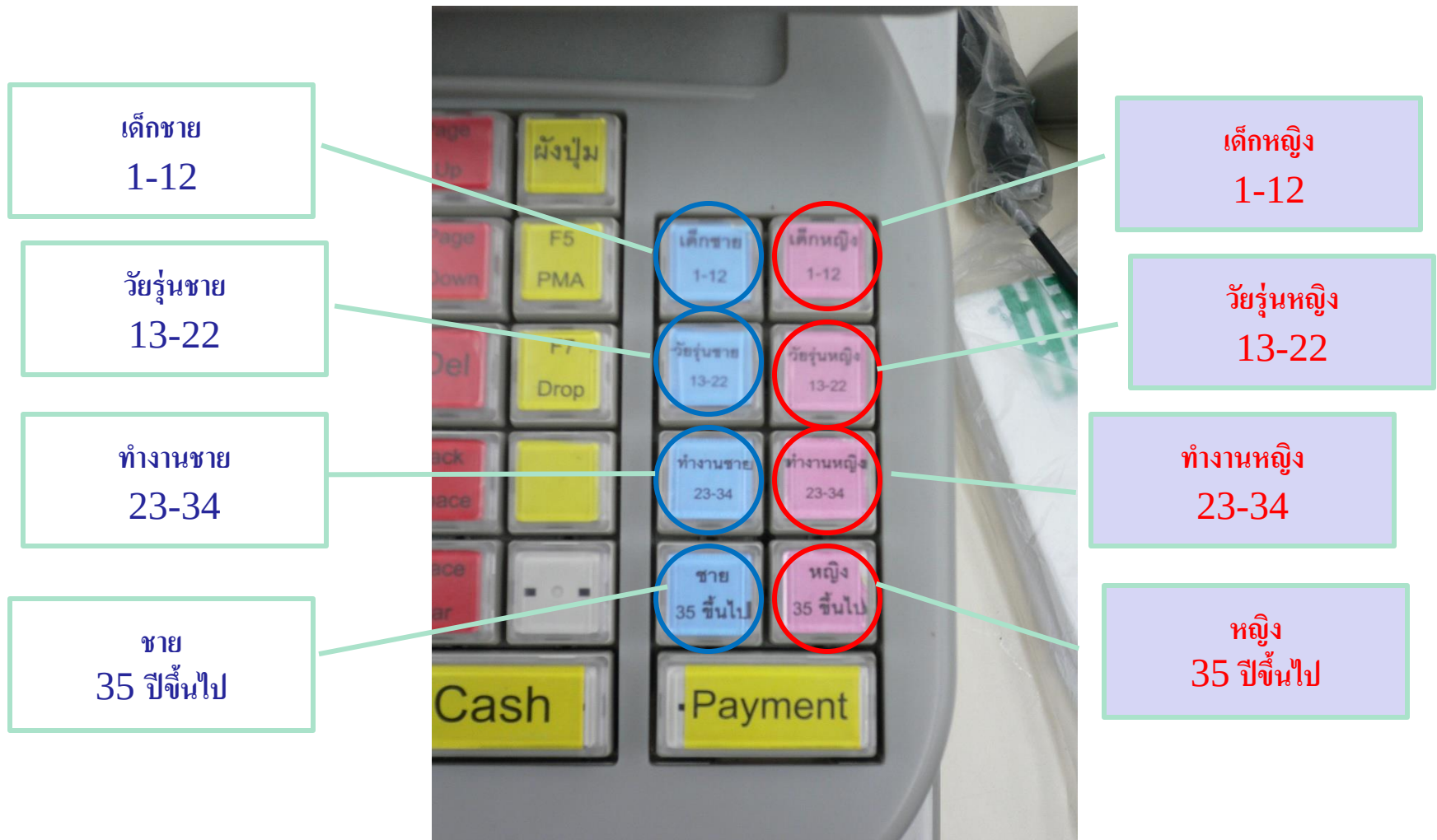


- ต่ำกว่า 15 ปี

Gen M



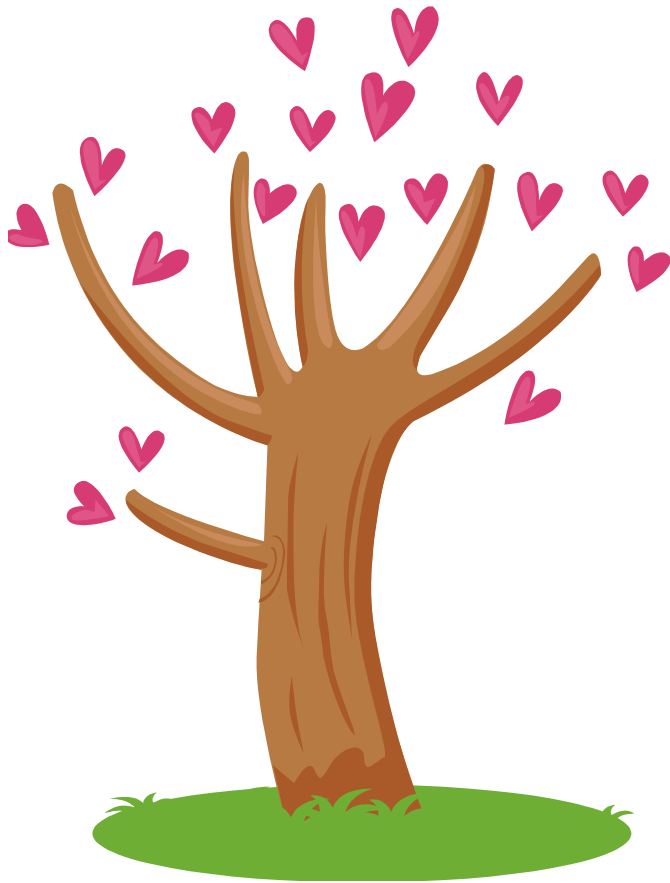
7-11 store



การนวัตกรรมกระบวนการ

- ด้านผลลัพธ์ เกี่ยวข้องกับการ **ออกแบบ** กระบวนการ หรือ Process Design
 - เกี่ยวข้องกับแนวคิดการ ดำเนินการ ข้อจำกัด ผลที่คาดหวัง
- ด้านกระบวนการ เกี่ยวข้องกับการ **พัฒนา**และ**ปรับปรุง** เพื่อลดความสูญเปล่าในการทำงาน
 - เกี่ยวข้องกับ การค้นหา ความสูญเปล่าและทำการลดหรือขจัด
- ด้านปัจจัยเข้า หรือ ปัจจัยการผลิต เกี่ยวกับการหาทาง **ลด** การใช้ หรือ **ปรับเปลี่ยน**ปัจจัยการผลิตให้เหมาะสม

แนวคิดในการออกแบบกระบวนการ

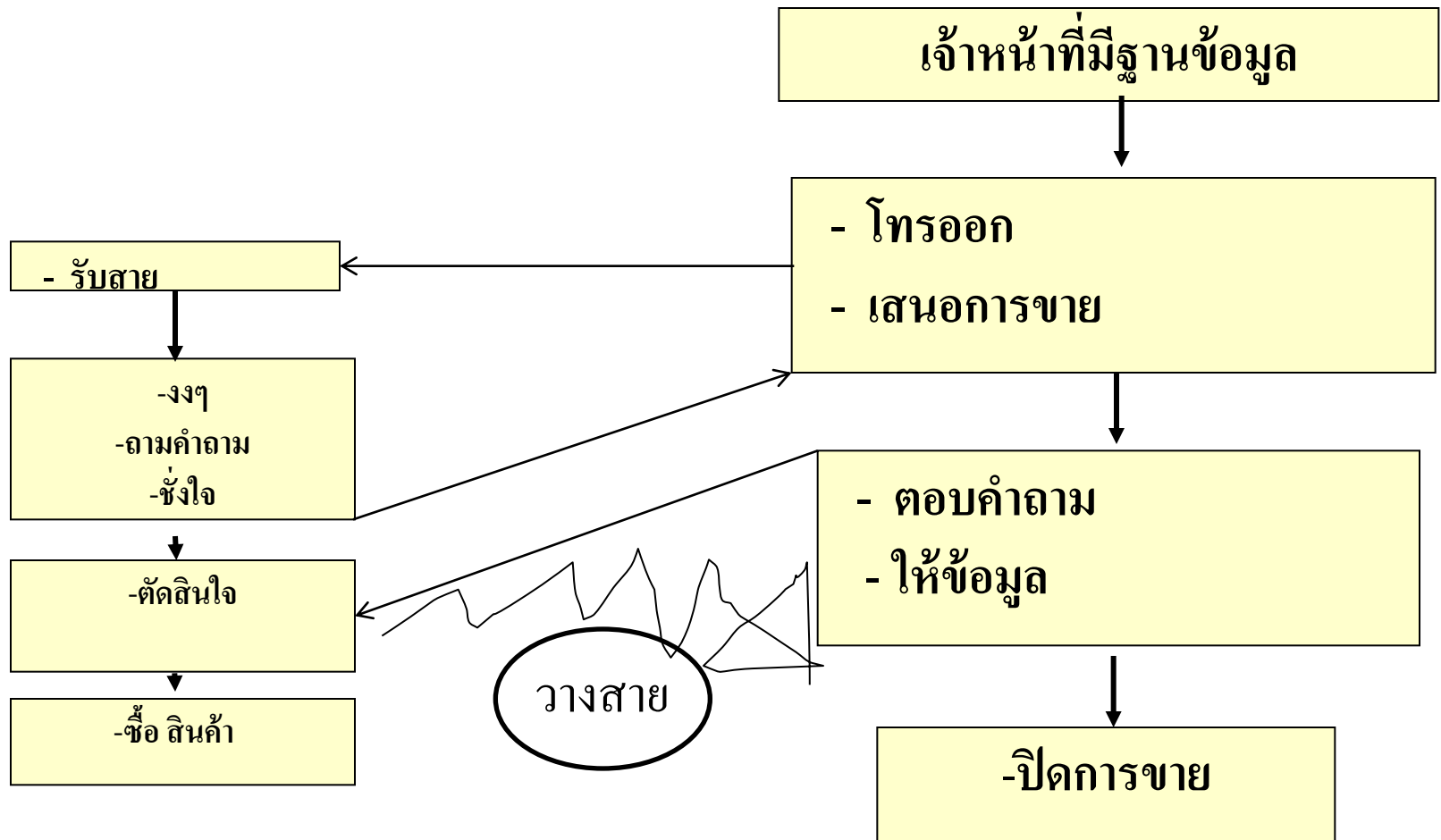


การคิดในเชิงตรรกะแล้วสามารถไปถึงนวัตกรรม
คือ 1 ใน 50 ล้าน

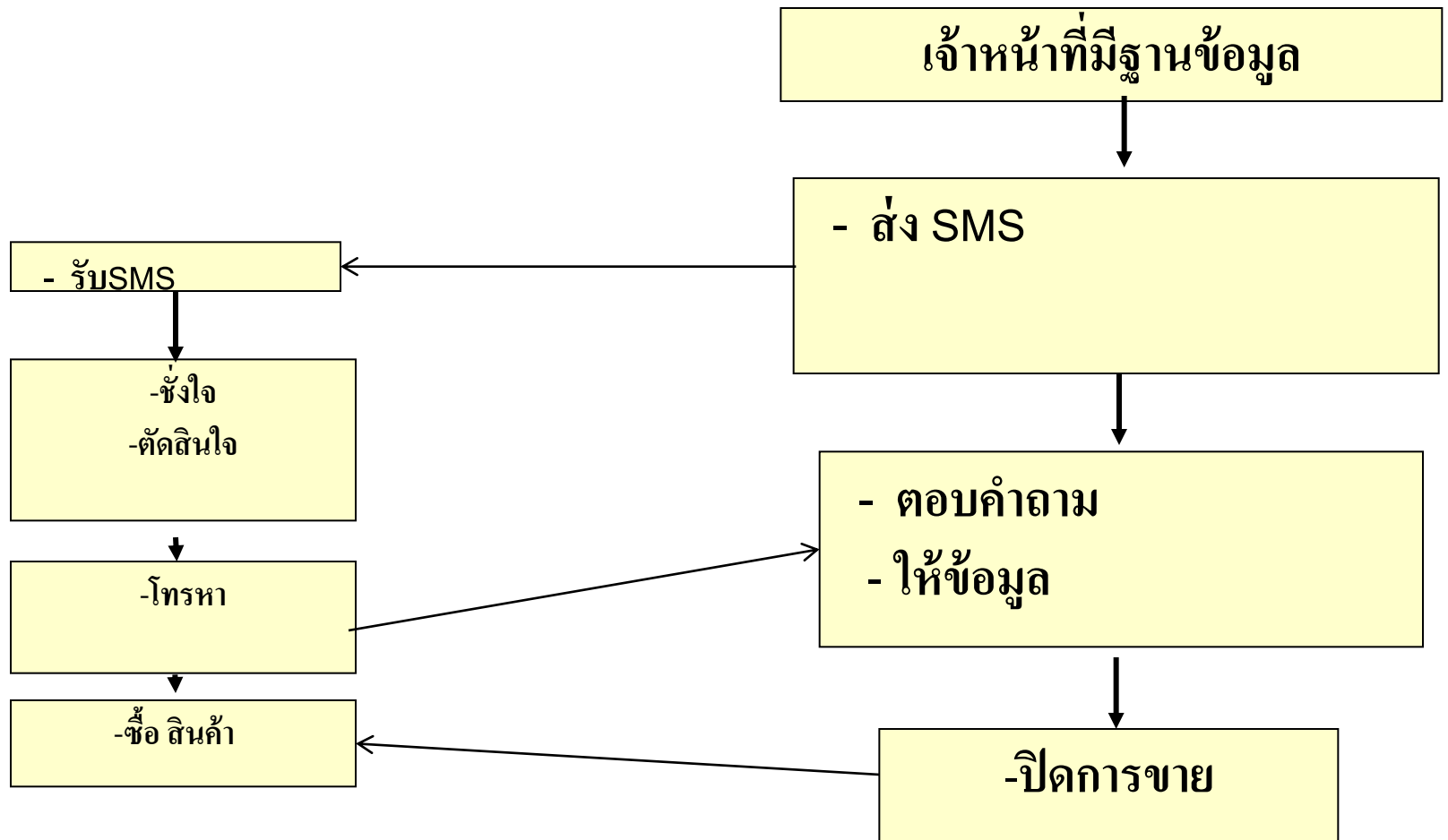
ตัวอย่าง เกมส์จับคู่

- ทหาร
- พ่อครัว
- ครู
- ช่างก่อสร้าง
- ทะหลิว
- ปืน
- ก้อน
- ซอหลัก

Call Center Outbound



Call Center Outbound



นวัตกรรม เกิดจากการตั้งคำถาม

พี่น้องตระกูล Wright

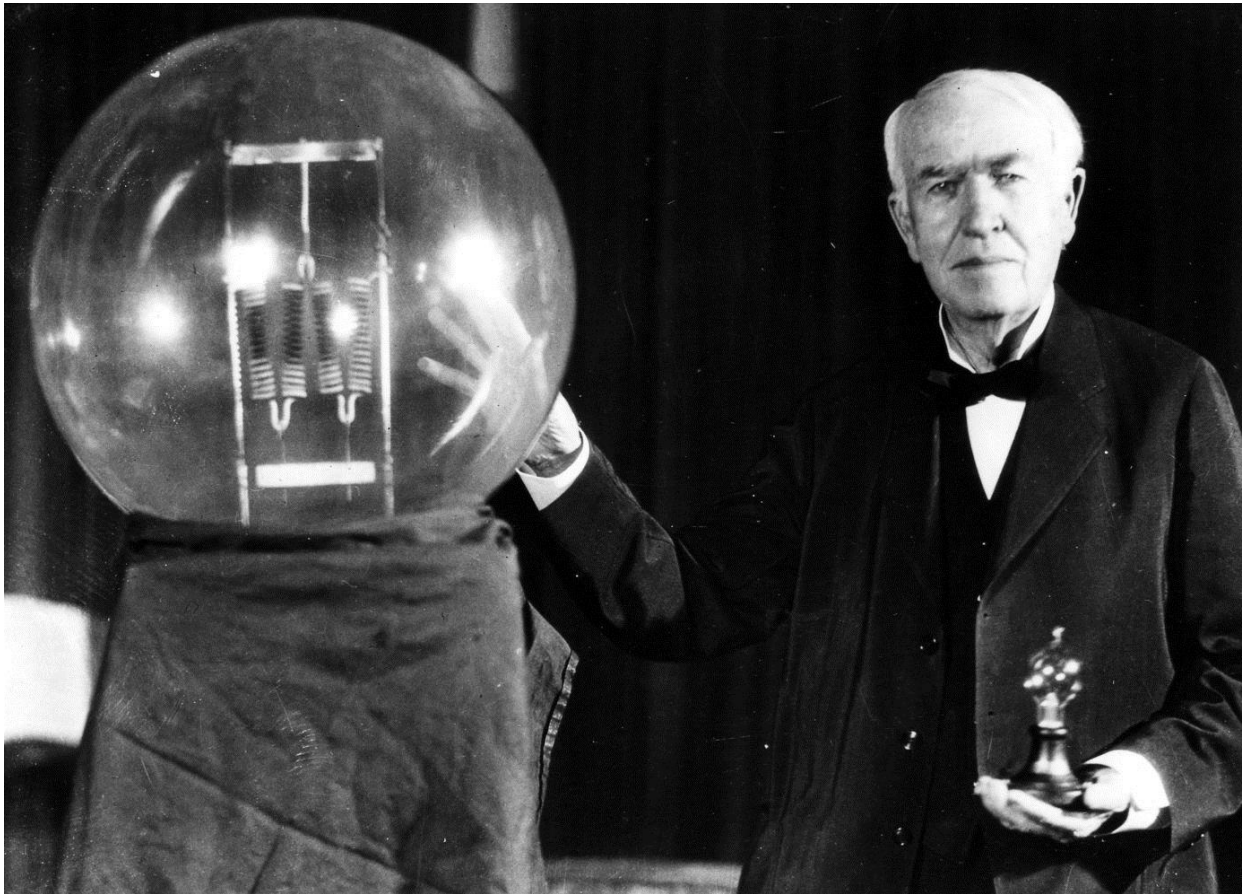


คำถาม: ทำไม นักบินบนท้องฟ้าได้?

สาเหตุ: นักมีปีก

นวัตกรรม เกิดจากการตั้งคำถาม

Edison



คำถาม

กลางคืนสามารถสว่าง
เหมือนกลางวันได้มั๊ย?

สังเกต

ความร้อนกับแสงสว่าง
อยู่คู่กัน

นวัตกรรม เกิดจากการตั้งคำถาม

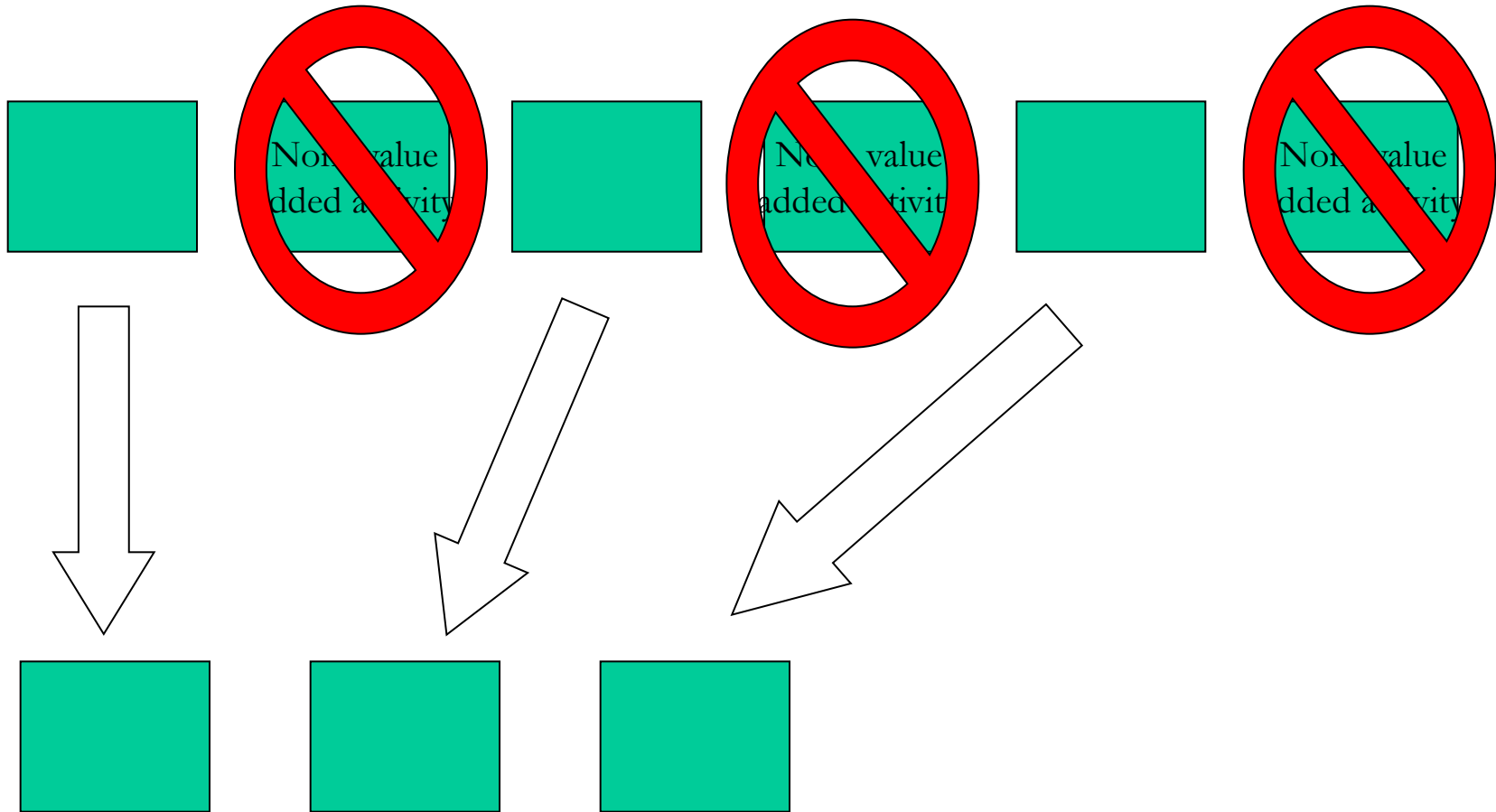
Henry Ford



คำถาม: รถยนต์สำหรับคนรวย คนจนมีรถได้มั๊ย? ^๗ สังกะ:โรงงานสบู

แนวคิดในการลดความสูญเปล่าในการทำงาน

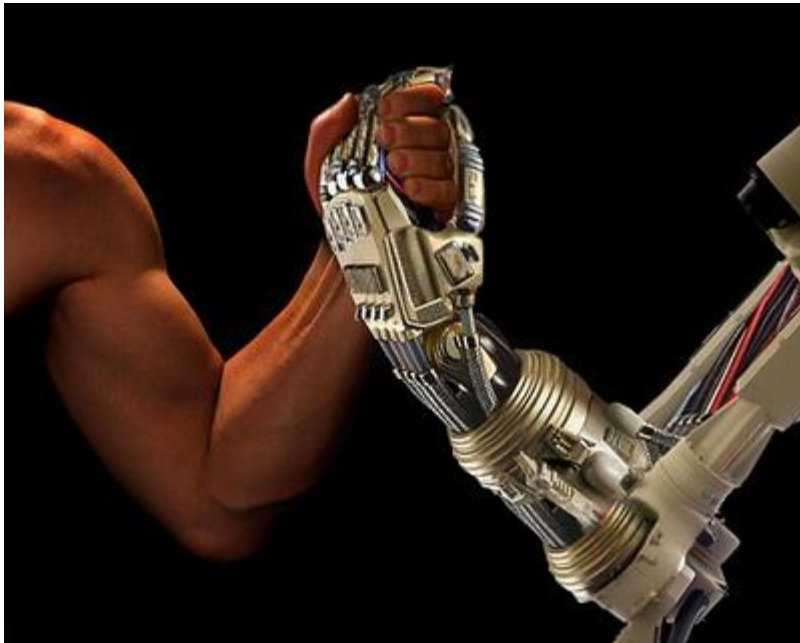
กระบวนการเดิม



กระบวนการใหม่

แนวคิดในการปรับเปลี่ยน ปัจจัยการผลิต

- เปลี่ยนการใช้คน มาใช้ เครื่องจักร หรือระบบ ไอที





MK Restaurant



In Public Park (Central ลาดพร้าว)

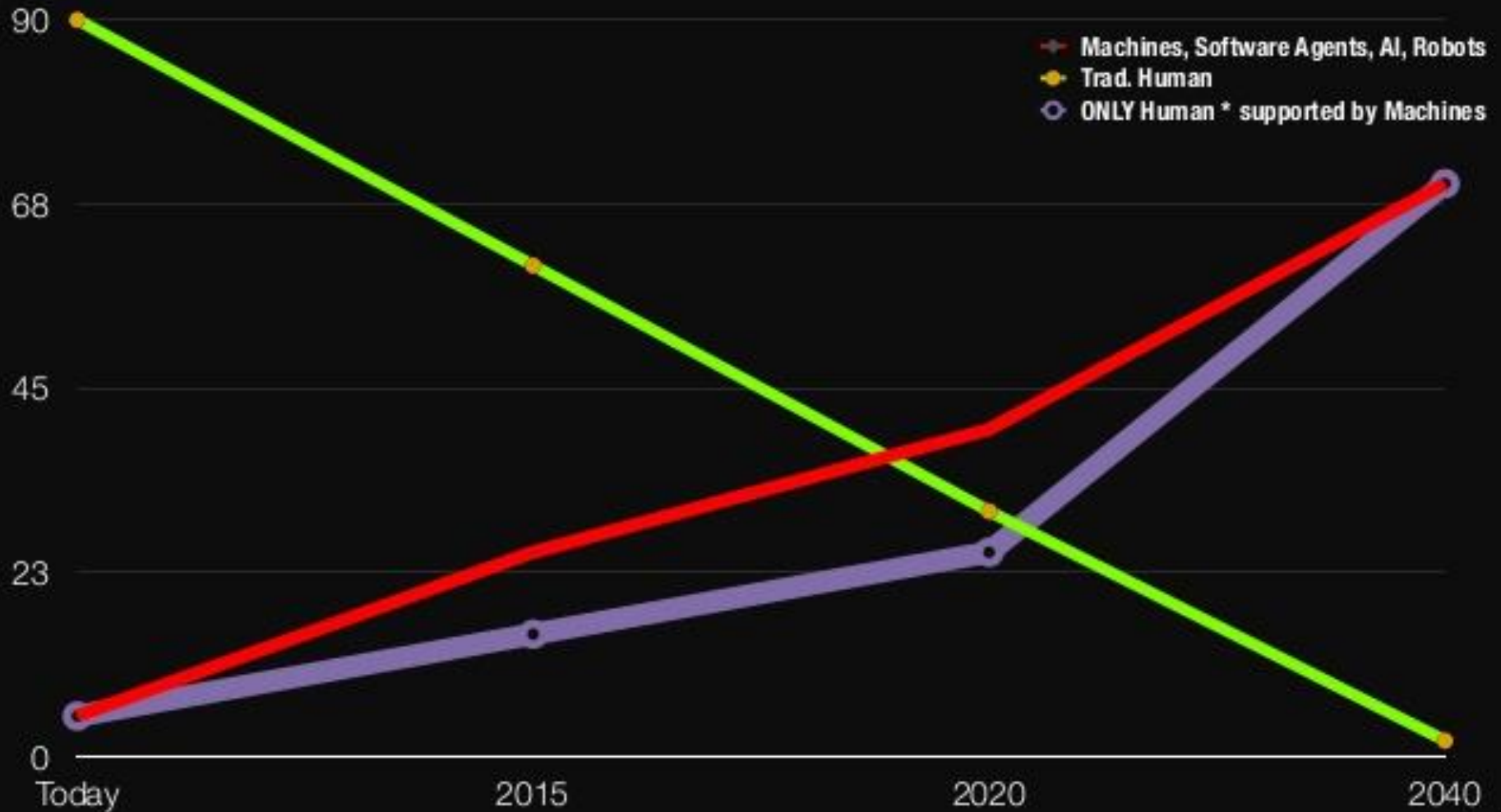


English Member Club (Lotus เอกมัย-รามอินทรา)



Machine / Robot / AI Jobs versus Human Jobs

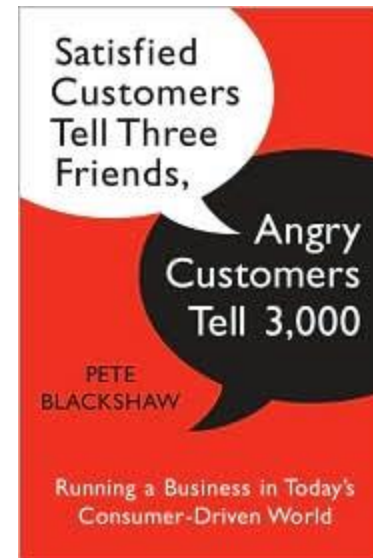
Traditional human labor will shift to machines, dramatic rise of highly ie only-human work



Source: Gerd Leonhard Projection

การวัดและประเมินผล

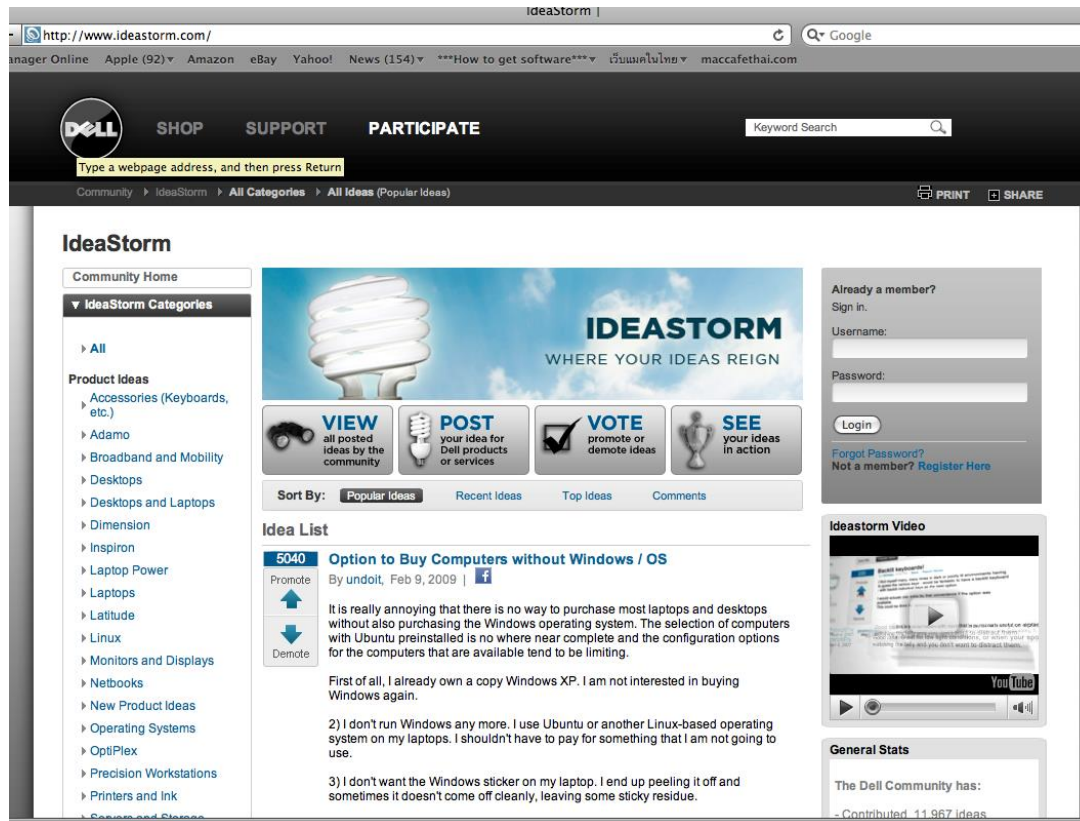
- Angry customer tell 3,000



Dell Storm



Idea List



Comments: **173**

Categories: **Desktops and Laptops** **Software**

Status: **Partially Implemented**

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเรื่องความห่วยของสินค้าหรือบริการ

Google- SUCKS index, Search results

Google [การค้นหาล่าสุด](#)
[การตั้งค่า](#)

ค้นหา: ☒ เว็บ ☐ หน้าที่เป็นภาษาไทย ☐ เว็บจากประเทศไทย

เว็บ ผลการค้นหา 1 - 10 จากประมาณ 20,900 รายการ สำหรับคำว่า batt 3K ห่วย (0.19 วินาที)

Google [การค้นหาล่าสุด](#)
[การตั้งค่า](#)

ค้นหา: ☒ เว็บ ☐ หน้าที่เป็นภาษาไทย ☐ เว็บจากประเทศไทย

เว็บ ผลการค้นหา 1 - 10 จากประมาณ 9,140 รายการ สำหรับคำว่า batt GS ห่วย (0.40 วินาที)

[พวกท่านใส่แบตเตอรี่บะไรกันอยู่ของ WJ NewGrand](#)

และฝากเตือนท่านสมาชิกท่านอื่นๆด้วยนะครับ ว่าแบตเตอรี่GS Super Din75 มันห่วยตามที่คุณpeeJ

คอมเมนต์ไว้จริงๆ. moonoiikk จาก Moonoiikk JUC504 222.123.14.10 พุธ, ...

www.thailandoffroad.com/jeep/.../Question_backup2009.asp?... - แคช - [ใกล้เคียง](#)

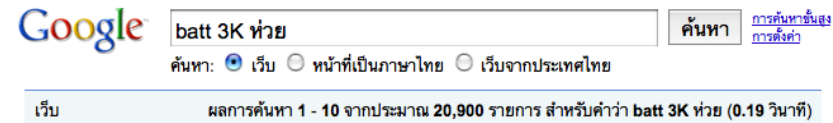
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเรื่องความห่วยของสินค้าหรือบริการ

Google- SUCKS index,
Search results

3K-batt



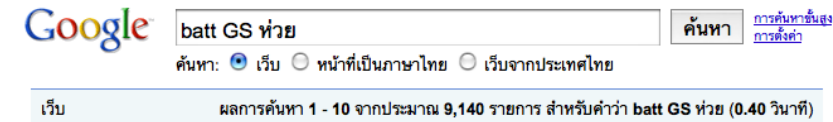
20,900



GS-batt



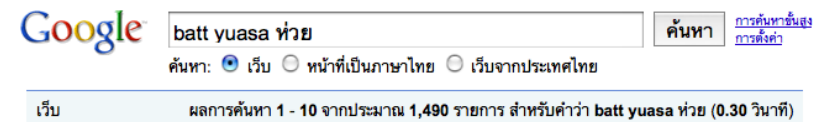
9,140



Yuasa-batt



1,490



Questions?????????