

Book Review

101 Design Methods: คู่มือสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร

101 Design Methods: a Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization

ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์¹

Khwanruedee Tuntrabundit

หนังสือนี้แปลและเรียบเรียงในปี พ.ศ. 2558 ผู้แปลคือ สัจจะ จรัสรุ่งรวีร และ จุติพงศ์ ภูสุมาศ จากสำนักพิมพ์ บริษัทไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด กรุงเทพฯ ISBN 978-616-200-582-4 หนังสือมีจำนวน 324 หน้า ราคา 450 บาท โดยแปลจากเนื้อหาในหนังสือชื่อ “101 Design Methods: a Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization” ที่เขียนในปี ค.ศ. 2013 โดยผู้เขียนคือ Vijay Kumar ศาสตราจารย์แห่ง Illinois Institute of Technology ประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ซึ่งมีประสบการณ์สูงในด้านการพัฒนานวัตกรรม ความน่าสนใจของหนังสือนี้ นอกจากจะสะดุดตาด้วยรูปเล่มที่สวยงาม เรียงลำดับให้อ่านง่ายแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดคือสามารถให้คำตอบสำหรับผู้ที่กำลังหาวิธีการสร้างนวัตกรรมที่เชื่อถือได้ โดยผู้เขียนสามารถเรียบเรียงให้เห็นภาพลึกของขั้นตอนการสร้างนวัตกรรม และปฏิบัติตามได้ไม่ยาก

ผู้วิจารณ์ได้อ่านหนังสือเล่มนี้แล้วพบว่าเนื้อหาในเล่มนำเสนอเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือบทนำ ซึ่งแนะนำหลัก 4 ประการที่ควรปฏิบัติตามเพื่อนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ควรสร้างนวัตกรรมจากประสบการณ์ ต้องคิดว่านวัตกรรมคือระบบ มีการปลูกฝังวัฒนธรรมเพื่อการสร้างนวัตกรรม และนำกระบวนการนวัตกรรมที่มีวินัยมาใช้ ส่วนที่สองของหนังสือคือกระบวนการสร้างนวัตกรรมด้วยการออกแบบ ซึ่งมี 7 ขั้นตอน โดยผู้เขียนเรียกแต่ละขั้นว่าโหมด (Mode) โดยแต่ละโหมดเสนอเป็นโครงสร้างของหนังสือเล่มนี้ด้วย ในแต่ละโหมดประกอบด้วยกรอบวิธีคิด (Mindset) และวิธีการทำ (Methods) ที่หลากหลาย ซึ่งผู้เขียนมีการอธิบายขั้นตอน ประโยชน์ ปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์ของแต่ละ Methods ในแต่ละโหมดนั้นๆ อย่างละเอียด รวม 101 Methods เพื่อให้ผู้อ่านนำไปปฏิบัติได้จริง ดังต่อไปนี้

โหมด 1 การรับรู้ได้ถึงทิศทาง (Sense Intent) กิจกรรมในโหมดแรกนี้เกี่ยวข้องกับการติดตามความเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน เพื่อหาแนวโน้มที่มีและโอกาสทางนวัตกรรม ผู้เขียนเสนอกรอบวิธีคิดที่ต้องเริ่มจากการรวบรวมข้อมูล แล้วมองในภาพรวมจากกรอบใหม่ที่สอดคล้องกับแนวโน้มในอนาคต พร้อมกำหนดทิศทางการสร้างนวัตกรรม สำหรับวิธีการติดตามความเปลี่ยนแปลงผู้เขียนเสนอไว้ถึง 14 วิธี ได้แก่ 1) Buzz Reports 2) Popular Media Scan 3) Key Facts 4) Innovation Source Book 5) Trend Expert Interview 6) Keyword Bibliometrics 7) Ten Types of Innovation Framework 8) Innovation Landscape 9) Trends Matrix 10) Convergence Map 11) From...to Exploration

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{*}Corresponding Author e-mail: khwtun@kku.ac.th

12) Initial Opportunity Map 13) Offering-Activity-Culture Map และ 14) Intent Statement โดยแต่ละวิธีจะบอกขั้นตอนการทำ (เช่น วิธี Trend Expert Interview หรือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านแนวโน้ม เริ่มต้นด้วยการกำหนดหัวข้อ ตามมาด้วยการระบุตัวผู้เชี่ยวชาญ เตรียมและทำการสัมภาษณ์ จดบันทึกและเรียบเรียงสรุป ประโยชน์ของวิธีนี้คือช่วยเพิ่มแง่มุมใหม่ๆ และทำให้การค้นหาค้นหาทิศทางทำได้ง่าย และเร็วขึ้น เป็นต้น) ซึ่งผู้เขียนจะอธิบายเช่นนี้ไปทุกๆ วิธีการ ในทุกโมเมนต์

โมเมนต์ 2 การเข้าใจบริบท (Know Context) ผู้เขียนแนะนำให้ผู้สร้างนวัตกรรมทำความเข้าใจ กับเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ เช่น สินค้า คู่แข่ง ตลาด รัฐบาล เป็นต้น โดยต้องทำความเข้าใจเรื่องในอดีตและขอบเขตบริบทในอนาคต ด้วยการมองระบบเป็นองค์รวม และเข้าใจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต ซึ่งผู้เขียนแนะนำวิธีการทำความเข้าใจบริบทถึง 13 วิธี ได้แก่ 1) Contextual Research Plan 2) Popular Media Search 3) Publications Research 4) Eras Map 5) Innovation Evaluation Map 6) Financial Profile 7) Analogous Models 8) Competitors-Complementors Map 9) Ten Types of Innovation Diagnostics 10) Industry Diagnostics 11) SWOT Analysis 12) Subject Matter Experts Interview และ 13) Interest Groups Discussion

โมเมนต์ 3 รู้ผู้คน (Know People) เป้าหมายของโมเมนต์นี้คือต้องการเข้าใจความคิดและพฤติกรรม ของคน ความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง โดยผู้เขียนให้แนวคิดที่ว่าควรสังเกตทุกสิ่งในบริบท สร้างความรู้สึก ร่วมและใช้เวลาาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เปิดใจรับฟัง และค้นหาสิ่งที่เป็นปัญหาปัจจุบัน ซึ่งวิธีการ ที่ช่วยให้ค้นพบความต้องการของคนมี 15 วิธีที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) Research Participant Mapping 2) Research Planning Survey 3) User Research Plan 4) Five Human Factors 5) Poems 6) Field Visit 7) Video Ethnography 8) Ethnographic Interview 9) User Pictures Interview 10) Cultural Artifacts 11) Image Sorting 12) Experience Simulation 13) Field Activity 14) Remote User Research และ 15) User Observations Database

โมเมนต์ 4 กรอบความเข้าใจที่ลึกซึ้ง (Frame Insights) โมเมนต์นี้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำความเข้าใจ อย่างถ่องแท้จากข้อมูลที่มีจากสองโมเมนต์แรกและจัดระเบียบมุมมองจนเป็นความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ผู้เขียนเสนอกรอบวิธีคิดว่าต้องทำการสำรวจระบบ มองหาแบบแผน มีภาพรวมที่เป็นตัวแทนบริบท ระบุโอกาส ของนวัตกรรมออกมาและนำมาสร้างเป็นหลักการชี้นำในการปฏิบัติ (Guiding Principles) ต่อไป สำหรับวิธี การทำความเข้าใจข้อมูลในโมเมนต์นี้ ผู้เขียนเสนอวิธีการจำนวน 20 วิธี ได้แก่ 1) Observations to Insights 2) Observations Sorting 3) User Observation Database Queries 4) User Response Queries 5) ERAF System Diagram 6) Descriptive Value Web 7) Entities Position Map 8) Venn Diagramming 9) Tree / Semi-lattice Diagramming 10) Symmetric Clustering Matrix 11) Asymmetric Clustering Matrix 12) Activity Network 13) Insights Clustering Matrix 14) Semantic Profile 15) User Groups Definition 16) Compelling Experience Map 17) User Journey Map 18) Opportunity Framework 19) Design Principles Generation และ 20) Analysis Workshop

โมเมนต์ 5 สำรวจแนวความคิด (Explore Concepts) โมเมนต์นี้เป็นเรื่องของ การสำรวจแนวคิด (Concept) ใหม่ เพื่อหาความเป็นไปได้ของคำตอบเกี่ยวกับนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในอนาคต โดยกรอบแนวคิดควรตั้งสมมุติฐานที่ท้าทาย มองอนาคตแบบที่ต้องการ หาแนวคิดใหม่ที่ไม่มีมาก่อน

ค้นหาคุณค่าเพิ่มที่ลูกค้าต้องการ และอธิบายถึงเรื่องราวที่จะเกิดขึ้นให้ผู้เกี่ยวข้องรับรู้ ผู้เขียนได้เสนอ 17 วิธีที่ช่วยให้ “แนวความคิดใหม่” ที่ได้นั้นมีความชัดเจน ได้แก่ 1) Principles to Opportunities 2) Opportunity Mind Map 3) Value Hypothesis 4) Persona Definition 5) Ideation Session 6) Concept Generating Matrix 7) Concept Metaphors and Analogies 8) Role-play Ideation 9) Ideation Game 10) Puppet Scenario 11) Behavioral Prototype 12) Concept Prototype 13) Concept Sketch 14) Concept Scenarios 15) Concept Sorting 16) Concept Grouping Matrix และ 17) Concept Catalog

โมเมนต์ 6 กรอบการแก้ปัญหา (Frame Solutions) กิจกรรมในโมเมนต์นี้เป็นการนำแนวคิดที่สร้างสรรค์ในโมเมนต์ 5 มาเชื่อมโยงกับแนวคิดอื่นๆ และประเมินแนวคิดที่ได้ เพื่อให้ได้วิธีแก้ปัญหา (solution) ที่เหมาะสมตามท้องถื่นหรือกลุ่มหวัง กรอบวิธีคิดคือ สร้างวิธีแก้ปัญหาแบบองค์รวม ที่มีทางเลือกผ่านการตัดสินใจด้วยเกณฑ์ประเมินคุณค่าอย่างชัดเจน เพื่อนำไปใช้ในโลกรแห่งความจริง แล้วทำโครงสร้างพื้นฐานสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมต่อไป วิธีการปฏิบัติในการหาทางแก้ปัญหามี 13 วิธีที่ผู้เขียนออกแบบไว้ ได้แก่ 1) Morphological Synthesis 2) Concept Evaluation 3) Prescriptive Value Web 4) Concept Linking Map 5) Foresight Scenario 6) Solution Diagramming 7) Solution Storyboard 8) Solution Enactment 9) Solution Prototype 10) Solution Evaluation 11) Solution Roadmap 12) Solution Database และ 13) Synthesis Workshop

โมเมนต์ 7 ข้อเสนอที่เป็นจริง (Realize Offerings) แนวคิดโมเมนต์สุดท้ายนี้คือ นำสินค้าออกสู่ตลาด ผู้เขียนอธิบายว่าต้องสร้างต้นแบบแล้วทำการทดลองหลายครั้ง ประเมินจนมั่นใจว่าสามารถใช้งานได้จริง จากนั้นกำหนดกลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน สื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องให้เข้าใจเป็นหนึ่งเดียวกัน วิธีการที่ผู้เขียนเสนอในโมเมนต์นี้ มี 9 วิธี ได้แก่ 1) Strategy Roadmap 2) Platform Plan 3) Strategy Plan Workshop 4) Pilot Development and Testing 5) Implementation Plan 6) Competencies Plan 7) Teaming Plan/Initiatives Plan 8) Vision Statement และ 9) Innovation Brief

ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ได้ยืนยันว่าโมเดลของกระบวนการสร้างนวัตกรรมด้วยการออกแบบ จำนวน 101 วิธี จากหนังสือเล่มนี้ได้มาจากการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ มานานหลายปี ดังนั้น เนื้อหาในหนังสือนี้จึงมีประโยชน์และมีรายละเอียดวิธีการสร้างนวัตกรรมได้อย่างดีเยี่ยมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ จึงเหมาะสำหรับผู้อ่านที่เป็นนักวิชาการและผู้ประกอบธุรกิจผู้ซึ่งแสวงหากระบวนการสร้างนวัตกรรมที่เป็นระบบและทำได้จริง ในทัศนะของผู้วิจารณ์หนังสือเห็นว่าหากผู้ประกอบธุรกิจได้นำหลักการและขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมทั้ง 7 ขั้น พร้อมเลือกวิธีการย่อยๆ ในแต่ละขั้นตอนไปใช้ปฏิบัติอย่างเหมาะสมแล้ว องค์การต่างๆ ก็สามารถพัฒนาเรื่องนวัตกรรมจนเชี่ยวชาญได้ นำไปสู่ข้อเสนอทางธุรกิจที่ดีและก้าวไปสู่ผู้นำในตลาดได้อย่างแน่นอน

Reference

कुमार, วีเจย์. (2558). **101 Design Methods: คู่มือสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร.** (สัจจะ จรัสรุ่งรวี และ จุติพงศ์ ภูสุมาศ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ : โอทีซี พรีเมียร์.