



Technological Data-Driven Design: Design Thinking and LSP® Methods for Emerging Technology Initiatives & PMI-PBA® Exam Preparation

การออกแบบการขับเคลื่อนเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยข้อมูล แนวคิดการออกแบบ (Design Thinking) และ LSP® เทคนิคและการเตรียมสอบ PMI-PBA®

LEGO® SERIOUS PLAY® + DESIGN (LSP®) THINKING

Short Description

หลักสูตรที่นำศาสตร์ของ Design Thinking และ Lego® Serious Play® (LSP®) เทคนิคเข้ามามีใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้าน AI, Big Data, Business Intelligence, และ Business Analytics

นอกจากนี้หลักสูตรนี้ยังครอบคลุมเนื้อหาสำหรับการเตรียมพร้อมสำหรับการสอบ Global Certificates: PMI Professional in Business Analysis (PMI-PBA)® ให้กับผู้ที่สนใจที่จะทำงานในสายงาน Business Analysis อีกด้วย



Course Overview

Design Thinking คือ การพัฒนากระบวนการคิดในรูปแบบใหม่ที่ให้ผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลางในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาหรือการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ การทำความเข้าใจปัญหาและเรียนรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การตีกรอบปัญหาที่ต้องการจะแก้ไข การระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อหาแนวคิดในการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย การนำ Ideas เหล่านั้นมาจัดทำโมเดลต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ Solutions ก่อนที่จะนำไปแก้ไขปัญหาจริง เป็นต้น Lego Serious Play (LSP®) method คือ กระบวนการแก้ไขปัญหาการสร้างนวัตกรรมและวางแผนกลยุทธ์ให้แก่องค์กร เป็นเทคนิคที่จะช่วยดึงศักยภาพของสมองและจินตนาการออกมาอย่างสร้างสรรค์โดยใช้ตัวต่อเลโก้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิด สำหรับในยุค Digital Disruption การประยุกต์นำศาสตร์ของ Design Thinking และ LSP® เข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ก็จะช่วยผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำเทคโนโลยีเข้ามาแก้ไขปัญหขององค์กรได้เรียนรู้และประเมินความเป็นไปได้ของการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาใช้ในทุกภาคส่วนขององค์กร การเข้าใจ Use Cases ต่างๆ ของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น และมี Roadmap หรือ Blueprint ของการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหล่านี้ ไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ต่อไป ซึ่งหัวข้อที่ผู้บริหารจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้ในองค์กรจะประกอบไปด้วย 5 หัวข้อหลักๆ หรือเรียกได้ว่าอยู่ในรูปแบบของ Spaces คือ Problem Space, Data Space, Analytics Space, Technology Space, และ User Space

หลักสูตรนี้ยังมุ่งเน้นในการเตรียมความพร้อมให้กับผู้บริหารที่ต้องการพัฒนาทักษะในการเข้าใจปัญหา การประเมินและวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผ่านการกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดทางเลือก (Options) การออกแบบและการกำหนดขอบเขตของ Solutions (หรือนวัตกรรมใหม่ๆ) ในการแก้ไขปัญหาขององค์กรหรือการรองรับต่อโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ การจัดทำแผนการวิเคราะห์ธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวางแผนการสื่อสาร และการกำหนดวิธีการตรวจสอบ ติดตาม และประเมิน Solutions เพื่อให้แน่ใจว่า Solutions ที่ต้องการส่งมอบนั้นมีความถูกต้องสามารถนำไปใช้งานได้จริงตามจุดประสงค์ของโครงการ และสามารถแก้ไขปัญหาและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน เป็นต้น นอกจากนี้หลักสูตรนี้ยังครอบคลุมเนื้อหาสำหรับการเตรียมพร้อมสำหรับการสอบ Global Certificates: PMI Professional in Business Analysis (PMI-PBA)® ให้กับผู้ที่สนใจที่จะทำงานในสายงาน Business Analysis อีกด้วย ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนทางกลยุทธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในยุคของ Big Data ที่ข้อมูลถือเป็น Asset ที่สำคัญ ดังนั้นนักวิเคราะห์ธุรกิจจะได้เรียนรู้กระบวนการในการวิเคราะห์ปัญหาของธุรกิจ การตีกรอบโจทย์ปัญหาทางธุรกิจให้อยู่ในรูปแบบของปัญหาทางด้าน Analytics การเข้าใจการจัดการข้อมูล การเข้าใจเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างแบบจำลอง การนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลไปปรับใช้ในการสร้างกลยุทธ์ และการจัดการ Model Lifecycle Management ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับ Artificial Intelligence (AI), Big Data, Business Analytics, และ Business Intelligence เป็นต้น





กลุ่มเป้าหมาย

หลักสูตร Technological Data-Driven Design นี้ถูกออกแบบมาเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้จัดการ หัวหน้างาน และผู้ให้คำปรึกษาทางด้าน IT และ Technology ผู้ที่สนใจเข้าอบรมที่มีประสบการณ์ในการทำงานในระดับซีเนียร์ รวมถึงผู้ที่สนใจทำงานในสายงาน Business Analyst ผู้เข้าอบรมไม่จำเป็นต้องทำงานในสายอาชีพ Data Scientist หรือ Software Engineer หรือมีความรู้พื้นฐานทางด้านการเขียนโปรแกรมก็สามารถเรียนรู้เนื้อหาต่างๆ ในหลักสูตรนี้ได้ เนื่องจากโครงสร้างของหลักสูตรจะเน้นไปที่การวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของ Digital Transformation โดยผู้เข้าอบรมจะได้มีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้เทคโนโลยีชั้นนำทางด้าน AI, Big Data, BI, และ Analytics ด้วยตัวเอง ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้จะช่วยให้ผู้เข้าอบรมมองภาพของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเหล่านี้มาต่อยอดและปรับใช้ให้เข้ากับองค์กรของตนเองและสามารถเข้าใจข้อจำกัด สมมุติฐาน และความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนไปกับเทคโนโลยีเหล่านั้น ดังนั้นผู้เข้าอบรมทุกท่านจะมีความพร้อมในการประยุกต์นำความรู้ที่ได้จากหลักสูตรนี้ไปช่วยในการตัดสินใจของการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อกำหนดทิศทางและนโยบายทางด้าน Digital Technology ขององค์กรในระยะยาว

เป้าหมายหลัก:

ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้จัดการ หัวหน้างาน และผู้ให้คำปรึกษาทางด้าน IT และ Technology ที่ต้องการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่

เป้าหมายรอง:

การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานในสายงาน Business Analyst และการเตรียมความพร้อมสำหรับการสอบ PMI Professional in Business Analysis (PMI-PBA)[®]

ระยะเวลาอบรม: 42 ชั่วโมง (วันละ 6 ชม. x 7 วัน)

สถานที่อบรม

1. NIDA Design & Innovation Hub
2. NIDA Smart Retail Labs – NIDA Hub Bookstore
3. NIDA Ideation Hub
4. NIDA AI Innovation Hub
5. NIDA Virtual Superstore
6. อาคารบุญชนะ ภัตตาคาร

Technology & Innovation

1. Computer Vision AI: Face Detection and Recognition Payment
2. Natural Language Processing (NLP): Line Chatbot, Sentiment Analysis
3. Robot Cruz
4. Autonomous Vehicle (DJI – Robomaster)
5. Industrial Robotic Arms
6. Drone Applications in Smart Logistics/Smart Warehouse (DJI – Tello Drone)
7. AR/VR/MR Applications – ClassVR for AR/VR/MR Experience
8. VR + Neuroscience – Smart Retail Labs
9. Geographic Information Systems (GIS)
10. Discrete-Event Simulation (SIMIO[®] Simulation Software)
11. Smart Farming
12. Many more technologies are coming each year.

Course Curriculum

โครงสร้างหลักสูตรจะมุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้พื้นฐานของการวางแผนกลยุทธ์ทางด้าน AI, Big Data, Business Intelligence โดยประกอบด้วย 5 หัวข้อหลักๆ หรือเรียกได้ว่าอยู่ในรูปแบบของ Spaces ต่างๆ ดังนี้

1. Problem Space:

จะให้ความสำคัญกับ Business Problem Framing และ Analytics Problem Framing ผู้บริหารจะได้เรียนรู้ขั้นตอนในการมองปัญหาทางธุรกิจและการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจตามกรอบหรือประเด็นของปัญหาที่ต้องการแก้ไข ว่าสามารถแก้ไขด้วย Technology สมัยใหม่ เช่น AI, Big Data, หรือ Business Intelligence ได้หรือไม่ การกำหนดตัวชี้วัดขององค์กร (Business Performance Management) เพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การตัดสินใจในระดับการบริหารงาน หรือการตัดสินใจในระดับการปฏิบัติงาน

2. Data Space:

จะเน้นในเรื่องของการวางแผนการจัดการข้อมูล (Data Strategies) ระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management Layer) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการฐานข้อมูล โดยข้อมูลต่างๆ ที่ถูกจัดเก็บอาจจะข้อมูลที่อยู่ในขององค์กรเอง หรืออาจจะข้อมูลที่เกิดการเชื่อมโยงกับข้อมูลภายนอกก็ได้ นอกจากนี้ ผู้บริหารจะได้เรียนรู้การจัดการข้อมูลที่เป็นขยะ (Garbage In, Garbage Out) หลายๆ รูปแบบ การเตรียมข้อมูลให้พร้อมสำหรับการวิเคราะห์ใน Analytics Space การวางแผนการเก็บข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ การคัดเลือกข้อมูล (Data Selection) การกลั่นกรองข้อมูล (Data Cleaning) และการแปลงรูปข้อมูล (Data Transformation) เป็นต้น

3. Analytics Space:

ผู้บริหารทุกท่านจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับระบบของการวิเคราะห์ข้อมูล (Business Analytics Layer) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลองเชิงปริมาณในรูปแบบต่างๆ เช่น แบบจำลองทางการเงิน แบบจำลองในการพยากรณ์ แบบจำลองต้นไม้การตัดสินใจ แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอย แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ แบบจำลองโครงข่ายประสาทเทียม เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการวางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจาก AI และการกำหนดตัวแปรเป้าหมาย (Target Variable) รวมถึงการประเมินแบบจำลองของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อนำผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปใช้งานและสร้างกลยุทธ์ต่อไป

4. Technology Space:

จะเน้นในเรื่องของเรียumurเทคโนโลยี AI, Big Data, และ Business Intelligence หรือเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ทันสมัย (Emerging Technologies) และการนำไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจในหลายๆ รูปแบบ รวมถึงการทดลองวางแผนระบบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ทั้ง Digital และ Physical Infrastructure กรอบโครงสร้างของระบบ (System Architecture) และการเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เข้ากับระบบฐานข้อมูล หรือ System Enterprise ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. User Space:

จะมุ่งเน้นในส่วนของการเชื่อมต่อระบบของผู้ใช้งานซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของ เว็บ (Web Browser) หรือ แอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Applications) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Dashboard ที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวชี้วัดต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรมาไว้ในที่เดียวกัน ทั้งในรูปแบบของกราฟ ตัวเลข หรือบทสรุปสำหรับผู้บริหาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำแนวคิดของ Design Thinking เข้ามาช่วยในการทดสอบระบบและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI และ Big Data เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience) และผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) หรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับ Solutions ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ปัญหาทางธุรกิจที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหลักสูตรนี้จะมีมีการประยุกต์นำแนวคิดของ Design Thinking และ Lego® Serious Play® เข้ามาช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการมองและแก้ไขปัญหาขององค์กร



Design Thinking

คือกระบวนการคิด การแก้ปัญหา และการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลายๆ ภาคอุตสาหกรรม เช่น ในการออกแบบสินค้าใหม่ๆ ของแผนก R&D การแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคน เช่น ปัญหาการรอคิวที่ยาวนาน การสร้างประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้า เป็นต้น หรือกระบวนการที่ต้องมีการทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ (Empathize) อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้ (ลูกค้า พนักงาน บุคลากร เจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหรือระบบทั้งทางตรงและทางอ้อม) เป็นศูนย์กลาง (Human Centered Design) และสร้างความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจาก Design Thinking Team ที่มาจากหลายสาขา หลาย ๆ มุมมอง มาร่วมกันคิดสร้างเป็นไอเดีย แนวทางการแก้ไขปัญหา และนำเอาแนวทางต่าง ๆ มาจัดทำเป็นต้นแบบ (Prototype) ทำการทดสอบ (Test) และพัฒนา (Development) เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งานหรือลูกค้าก่อนที่จะนำ Solutions ที่ได้ไปปรับใช้จริง (Deployment)

Empathize

คือ กระบวนการแรกของ Design Thinking ที่ Design Thinking Team จะต้องทำการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ความต้องการที่แท้จริง และลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ผ่านการสังเกตพฤติกรรม (Participant Observations) และการสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อให้เข้าใจปัญหาหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำตัวเราเข้าไปอยู่ในสถานะของกลุ่มตัวอย่าง ว่าพวกเขาเหล่านั้นกำลังคิด กำลังพูด และกำลังทำอะไร ต้องมีความเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมาย ชอบอะไรไม่ชอบอะไร เป้าหมายที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายคืออะไร อะไรคือปัญหา ที่ผู้ใช้ประสบอยู่ ซึ่งประสบการณ์ของทาง Design Thinking Team ที่เข้าใจประสบการณ์ (Experience) ช่วง Empathize นั้นมีความสำคัญมาก เพราะถ้าหากข้อมูลที่ได้มาตรงกับความต้องการของผู้ใช้ จะนำไปสู่การระบุปัญหาจากมุมมองของผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการเข้าไปช่วย ในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

Define

คือการระบุถึงปัญหาสำคัญและกำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการตีกรอบของปัญหา โดยในขั้นตอนนี้จะทำให้ Design Thinking Team เข้าใจความต้องการของผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายถึงสาเหตุของปัญหาจริง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ตรงจุด และเกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืน โดยขั้นตอนนี้เราต้องระบุให้ได้ถึง Root Cause หรือสาเหตุของปัญหา เพื่อหา Insight ของกลุ่มตัวอย่าง ถ้าสามารถแก้สาเหตุได้ ปัญหาก็จะหมดไป ขั้นตอนนี้คือการนำข้อมูลที่เราเก็บมาจากกลุ่มเป้าหมายมาทำการวิเคราะห์ และดูว่ามีรูปแบบ (Pattern) หรือ ความหมาย (Meaning) อะไรบ้างที่สามารถใช้อธิบายปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการแก้ไขหรือประสบอยู่ ซึ่ง Tools ที่สำคัญที่จะช่วยในการตีความปัญหาได้ชัดเจนมากขึ้นก็คือ Point-of-View (POV) Statement และ How-Might-We (HMW) Statement

Ideation

คือการระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อหา Idea ในการแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย พร้อม ๆ กับการเลือก Idea โดยขั้นตอนนี้ทาง Design Thinking Team จะเน้นไปที่การระดมสมองเพื่อให้ได้ปริมาณของ Ideas จำนวนมากที่สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาได้ (Convergent Thinking) การระดมสมองเน้นไปที่ What โดยยังไม่ต้องสนใจ How รวมถึงข้อจำกัด (Constraint) และ สมมติฐานของการแก้ไขปัญหา (Assumptions) หรือ ความเสี่ยง (Risk) ที่จะเกิดขึ้นของการนำ Idea นั้นไปสร้าง Solutions ซึ่งหลังจากได้ Idea ที่มากพอ ขั้นตอนที่ต่อไปคือการตัดสินใจเลือก Idea ที่ดีที่สุด หรือที่เรียกว่า Divergent Thinking มาเพื่อนำมาพัฒนา Idea เหล่านั้นให้เป็นรูปร่างมากขึ้น โดยการตัดสินใจสามารถทำได้ด้วยการให้ทีมงานทำการ Vote ให้กับ Idea ที่คิดว่าน่าจะแก้ปัญหาและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ณ ขณะนั้น

Prototype

คือการนำ Idea ที่เลือกจากขั้นตอน Ideation มาทำการจัดทำต้นแบบ (Prototype) โดยเน้นการจัดทำต้นแบบที่มีต้นทุนต่ำ และสามารถทำได้ในระยะเวลาอันสั้น (Low-Cost and Rapid Prototypes) สาเหตุที่ Design Thinking ต้องมีการจัดทำ Prototype เพราะต้องการให้ Idea นำไปสู่สิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) ผู้ใช้สามารถเห็น สัมผัส และใช้งานในขั้นต้นได้ การใช้ Prototype ทำให้ผู้ใช้ได้เห็นภาพของ Product หรือ Solution ที่จะมาแก้ไขปัญหา ดังเช่นวลี IKIWI (I Know It When I See It) แทนที่จะให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจินตนาการถึงแนวคิดในการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจจะทำให้ความเข้าใจเกิดการคลาดเคลื่อนได้ ถึงแม้ว่า Prototype ยังไม่สมบูรณ์ แต่สามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ผู้ใช้สามารถให้ Feedback เพื่อตรวจสอบว่า Solutions ที่ต้องการแก้ไขปัญหา สามารถตอบโจทย์ในสิ่งที่ Users ต้องการได้หรือไม่ หรือเพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดหรือเปลี่ยนแปลง แก้ไขได้ทันทีโดยที่ไม่เสียเวลาและต้นทุนมาก

Test

คือ ขั้นตอนสุดท้ายของ Design Thinking ซึ่งเป็นการนำต้นแบบ (Prototype) ที่จัดทำขึ้นไปทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษา ตั้งแต่ขั้นตอน Empathize โดย Design Thinking Teams นำ Prototype ไปอธิบายและให้กลุ่มเป้าหมายทดสอบใช้งานจริงและนำเอา Feedback เช่น กลุ่มตัวอย่างชอบอะไร ไม่ชอบอะไร หรือมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอะไรบ้าง มาทำการปรับปรุง Prototype เพื่อนำผลตอบรับที่ได้กลับไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

Lego® Serious Play® (LSP®) Methods

Lego® Serious Play® (LSP®) คือ เทคนิคในการนำ Lego® (ตัวต่อเลโก้) มาใช้ในการสร้างจินตนาการในการตัดสินใจ สร้างนวัตกรรมและวางแผนกลยุทธ์ให้กับองค์กร LSP® คือกระบวนการที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อช่วยสนับสนุนให้ทีม ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กร เป็นต้น สามารถสื่อสารแนวคิดและมุมมองภายในทีม ให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ ทำให้สามารถเห็นภาพรวมของปัญหาในทิศทางเดียวกัน และทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยใช้ตัวต่อเลโก้ตัวสื่อความคิดได้อย่างอิสระ กระบวนการของ LSP® จะประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมหลัก ดังนี้

Building Individual Models and Stories

Building Shared Models and Stories

Creating a Landscape

Making Connections

Building a System

Play Emergence and Decisions

Extracting Simple Guiding Principles

ตัวอย่างของหัวข้อที่เป็นที่นิยมสำหรับ LSP® Workshop เช่น การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรที่เกิดจากวิสัยทัศน์ของทีมมากกว่าผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง หรือกลยุทธ์ของการสร้างทีมที่มุ่งเน้นเป้าหมายของทีมมากกว่าความสำเร็จหรือตัวชี้วัดของตัวบุคคล สำหรับหลักสูตร Technological Data-Driven Design นี้จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาอะไรคือ Core Identity ขององค์กร และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI, Big Data, หรือ Business Intelligence สามารถช่วยเสริม Strength ขององค์กรได้หรือตรงกับแนวทางการสร้างกลยุทธ์ขององค์กรหรือไม่ หรือ การนำ LSP® เทคนิคมาใช้ในการนิยามประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experiences) และทำการประเมินว่าเทคโนโลยีเหล่านี้สามารถช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าขององค์กรในด้านใด



Professional in Business Analysis (PMI-PBA)[®]

<https://www.pmi.org/certifications/business-analysis-pba>

PMI-PBA[®] เป็นประกาศนียบัตรเพื่อรับรองผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญการวิเคราะห์ความต้องการของธุรกิจ ซึ่งหน้าที่หลักของ Business Analysts (BA) ก็คือ การศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Need Assessment) วิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสขององค์กรเพื่อช่วยให้การของธุรกิจทั้งในระดับกลยุทธ์ (Strategic Level) ระดับการบริหารงาน (Managerial Level) และระดับปฏิบัติงาน (Operational Levels) เป็นไปอย่างเหมาะสม การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดในการแก้ไขปัญหาให้ตรงกับทิศทางขององค์กรหรือกลยุทธ์ของธุรกิจนั้นๆ ผ่านเทคโนโลยีที่ชั้นนำ รวมถึงการจัดทำแผนการวิเคราะห์ธุรกิจ การเข้าใจ จัดเก็บและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น การกำหนดขอบเขตของ Solutions การวิเคราะห์และศึกษาความเป็นไปได้ของ Solutions โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงการที่มีความเชื่อมโยงระหว่างปัญหาของธุรกิจและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI, Big Data, และ Business Intelligence ที่จะนำมาปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และการติดตามผลของการพัฒนา Solutions เพื่อให้แน่ใจว่า Solutions ที่ส่งมอบนั้นมีความถูกต้องและตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งาน

กล่าวโดยสรุป คือ Business Analyst จะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่าง Business (องค์กร) และ Technology (Solution Teams) ดังนั้นเนื้อหาในหลักสูตรจะครอบคลุมเนื้อหาของการสอบประกาศนียบัตร PMI-PBA[®] ทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

Domain #1
Need Assessment

Domain #2
Planning

Domain #3
Analysis

Domain #4
Traceability and Monitoring

Domain #5
Solution Evaluation and Deployment

ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้และสัมผัสกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สามารถนำไปปรับใช้กับหลายๆ อุตสาหกรรม เช่น Smart Retail, Smart Manufacturing, และ IoT พร้อมทั้งเข้าใจแนวคิดและพัฒนาทักษะของการทำงานในสาย Business Analyst ไปพร้อมกันอีกด้วย

Tentative Course Syllabus (Technological Data-Driven Design)

Module #1: Strategy and Vision Development – Business Cases

- Lego® Serious Play® (LSP®) Methods: Topic “Digital Transformation” & “Competitiveness”
- Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน

Module #2: Problem Spaces

- Need Assessment: Project Selection and Initiating
- Stakeholder Management
- Business Problem Framing & Analytics Problem
- Business Performance Management (BPM)
- Customer CxDNA (Customer Journey/Customer Lifecycle/Customer Experience)
- Artificial Intelligence Concept
- Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน

Module #3: Planning, Elicitation, and Analysis

- Project Planning & Solution Visioning: Baseline Solution Scope
- Elicitation Techniques
- Requirement Analysis
- Solution Designs: Baseline to-be Requirement.

Module #4: Data Spaces and Analytics Spaces

- Data Spaces: Data Architecture, Data Strategies, Data Quality, & Data Preparation
- Big Data Concept
- Analytics Concept (Descriptive, Diagnostic, Predictive, and Prescriptive Analytics)
- Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน

Module #5 – Technology Spaces and User Spaces

- Technology Spaces: Emerging Technologies (AI, Big Data, Business Intelligence, and Business Analytics)
- System Architecture
- User Spaces: User Interface/User Experience/Stakeholder Management
- Solution Evaluation and Deployment
- Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน

Module #6 – Traceability, Monitoring, Solution Evaluation, and Deployment

- Change Control Process
- Assessment of Requirements Change
- Solution Evaluation
- Solution Deployment
- Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน



Program Faculty

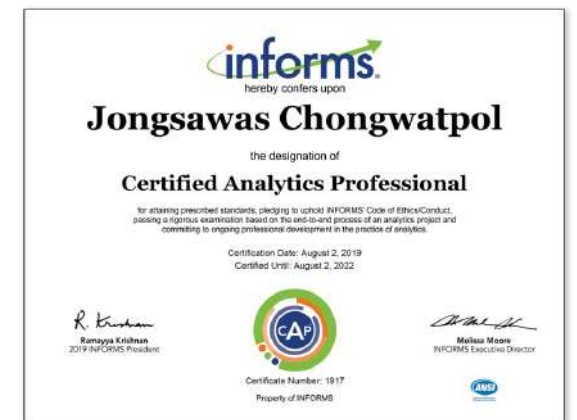
ศ.ดร.จงสวัสดิ์ จงวัฒนไพศาล

ติดต่อผู้ประสานงาน

ศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ 02-7273983-5

รองศาสตราจารย์ ดร.จงสวัสดิ์ จงวัฒนไพศาล อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) โดยจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในสาขาวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาโท ในสาขา Risk Control Management และ สาขา Management Technology จากมหาวิทยาลัย University of Wisconsin–Stout และ ปริญญาเอก ในสาขา Business Administration จากมหาวิทยาลัย Oklahoma State University รองศาสตราจารย์ ดร.จงสวัสดิ์ จงวัฒนไพศาล มีความชำนาญในด้าน Big Data, Data Mining, Business Intelligence, AI Strategy, Decision Support Systems, RFID, Management Information Systems, Design Thinking, และ Lego® Serious Play® (LSP®) มีผลงานตีพิมพ์งานวิจัยในวารสารระดับชาติและนานาชาติ (Indexed by SCIMAGO and Scopus) เช่น Decision Sciences, Decision Sciences Journal of Innovative Education, Decision Support Systems, European Journal of Operational Research, Tourism Management, Journal of Information Technology Teaching Cases, Energy – The International Journal, Industrial Management and Data Systems, และ Journal of Business Ethics

รองศาสตราจารย์ ดร.จงสวัสดิ์ จงวัฒนไพศาล ยังได้รับรางวัล Best Case Study Paper Award จากงานสัมมนานานาชาติที่ 42nd Decision Sciences Institute (DSI) Conference ที่ Boston, MA (November 19–22, 2011) และรางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่งจากการแข่งขันวิเคราะห์ข้อมูล 2010 SAS Data Mining Shootout ที่งานสัมมนา SAS' 13th Annual Data Mining Conference ที่ Las Vegas, NV (October 25–26, 2010) นอกจากนี้ยังเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของคณะนักศึกษาที่ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง (Overall Winner) สองปีซ้อน จากการแข่งขันวิเคราะห์ข้อมูล “2015 TUN Data Challenge Competition” ที่งานสัมมนา Teradata 2015 Partners Conference ที่ Anaheim, CA (Oct 18–22, 2015) และ “2016 TUN Data Challenge Competition” ที่งานสัมมนา Teradata 2016 Partners Conference ที่ Atlanta, GA (Sep 10–15, 2016) รวมทั้งยังเป็นที่ปรึกษาของคณะนักศึกษาที่ได้รับรางวัล 2017 Teradata Technology Award จากการแข่งขัน “2017 & 2019 TUN Analytics Challenge” ที่งานสัมมนา Teradata 2017 Partners Conference ที่ Anaheim, CA (Oct 22–26, 2017) และ 2019 Teradata Analytics Universe ที่ Denver, Co (Oct 20–24, 2019) และรางวัล 2020 Teradata People Choice Awards ที่งาน 2020 Teradata Analytics Universe (Online) และ Top 20 จากการแข่งขัน Yangtze New Finance Cup 2019 SAS China Data Analytics Championship & First International Invitational Tournament ที่ Nanjing City (8 –9 December 2019) อีกด้วย นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลชนะเลิศการแข่งขัน 2021 EFMD Case Writing Competition ในสาขา Finance and Banking ซึ่งจัดการแข่งขันโดย European Foundation for Management Development (EFMD) – Global ร่วมกับ Case Centre ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการแข่งขันการเขียนกรณีศึกษาที่ใหญ่ที่สุดในระดับ Global





NIDA Design & Innovation Hub

A creative space that fosters collaboration for “design thinking and innovation” classes and workshops





NIDA Smart Retail Labs – NIDA Hub Bookstore

An innovative data-driven based space that is embedded with advanced technologies for the future of smart retail businesses





NIDA Ideation Hub

A creative and collaborative space that enables and encourages strategic and innovative thinking through advanced technologies and Lego® Serious Play® method





NIDA AI Innovation Hub

An exclusive and innovative space that brings knowledge about digitalization and artificial intelligence together to showcase emerging technologies





NIDA Virtual Superstore

An immersive space where virtual reality and actual reality are matched with eye tracking and EEG technologies to showcase the future of smart retail businesses





NIDA
HUB

www.nidahub.com