

Technological Data-Driven Design: Design Thinking and LSP® Methods for Emerging Technology Initiatives

การออกแบบการขับเคลื่อนเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยข้อมูล แนวคิดการออกแบบ (Design Thinking) และ LSP® เทคนิค

อบรมทุกวันอังคาร 8, 15, 22, 29 ส.ค. 66 และ 5 ก.ย. 66

อบรม 30 ชั่วโมง ค่าธรรมเนียม 39,999 บาท

พิเศษสำหรับรุ่นนี้ จะได้รับราคาเปิดหลักสูตร เพียง 35,900 บาทเท่านั้น

1. ภาพรวมของหลักสูตร

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

2. หลักการและเหตุผล

Design Thinking คือ การพัฒนากระบวนการคิดในรูปแบบใหม่ที่ให้ผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมาย เป็นศูนย์กลางในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาหรือการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ การทำความเข้าใจปัญหาและเรียนรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การตีกรอบปัญหาที่ต้องการจะแก้ไข การระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อหาแนวคิดในการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย การนำ Ideas เหล่านั้นมาจัดทำโมเดลต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ Solutions ก่อนที่จะนำไปแก้ไขปัญหาจริง เป็นต้น Lego Serious Play (LSP®) method คือ กระบวนการแก้ไขปัญหาการสร้างนวัตกรรมและวางแผนกลยุทธ์ให้แก่องค์กร เป็นเทคนิคที่จะช่วยดึงศักยภาพของสมองและจินตนาการออกมาอย่างสร้างสรรค์โดยใช้ตัวต่อเลโก้มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิด สำหรับในยุค Digital Disruption การประยุกต์นำศาสตร์ของ Design Thinking และ LSP® เข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น AI, Big Data, Business Intelligence, และ Business Analytics เป็นต้น ก็จะช่วยให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำเทคโนโลยีเข้ามาแก้ไขปัญหาขององค์กรได้เรียนรู้และประเมินความเป็นไปได้ของการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาใช้ในทุกภาคส่วนขององค์กร การเข้าใจ Use Cases ต่างๆ ของเทคโนโลยี ที่เกิดขึ้น และมี Roadmap หรือ Blueprint ของการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหล่านี้ ไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ต่อไป ซึ่งหัวข้อที่ผู้บริหารจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ ไปใช้ในองค์กรจะประกอบไปด้วย

5 หัวข้อหลักๆ หรือเรียกได้ว่าอยู่ในรูปแบบของ Spaces คือ Problem Space, Data Space, Analytics Space, Technology Space, และ User Space ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเป็นตัวขับเคลื่อนทางกลยุทธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในยุคของ Big Data ที่ข้อมูลถือเป็น Asset ที่สำคัญ ดังนั้นนักวิเคราะห์ธุรกิจจะได้เรียนรู้กระบวนการในการวิเคราะห์ปัญหาของธุรกิจ การตีกรอบโจทย์ปัญหาทางธุรกิจให้อยู่ในรูปแบบของปัญหาทางด้าน Analytics การเข้าใจการจัดการข้อมูล การเข้าใจเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างแบบจำลอง การนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลไปปรับใช้ในการสร้างกลยุทธ์ และการจัดการ Model Lifecycle Management ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับ Big Data, Business Analytics, และ Business Intelligence เป็นต้น

3. กลุ่มเป้าหมาย

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

4. สถานที่อบรม

อาคารบุญชนะอัสตการ และ NIDA Hub สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

5. รายละเอียดหลักสูตร

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 ที่ถูกจัดเก็บอาจจะเป็นข้อมูลที่อยู่ภายในขององค์กรเองหรืออาจจะเป็นข้อมูลที่เกิดการเชื่อมโยงกับข้อมูลภายนอก ก็ได้ นอกจากนี้ ผู้บริหารจะได้เรียนรู้การจัดการข้อมูลที่เป็นขยะ (Garbage In, Garbage Out) หลากๆ รูปแบบ การเตรียมข้อมูลให้พร้อมสำหรับการวิเคราะห์ใน Analytics Space การวางแผนการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ 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: จะเน้นในเรื่องของเรียนรู้เทคโนโลยี AI, Big Data, และ Business Intelligence หรือเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ทันสมัย (Emerging Technologies) และการนำไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจทั้งหลายๆ รูปแบบ รวมถึงการทดลองวางแผนระบบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ทั้ง Digital และ Physical Infrastructure

กรอบโครงสร้างของระบบ (System Architecture) และการเชื่อมต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เข้ากับระบบฐานข้อมูล หรือ System Enterprise ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. User Space: จะมุ่งเน้นในส่วนของการเชื่อมต่อระบบของผู้ใช้งาน ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของ เว็บ (Web Browser) หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Applications) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Dashboard ที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 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 ที่เกิดขึ้นในหลักสูตรนี้จะมีการประยุกต์นำแนวคิดของ Design Thinking และ Lego® Serious Play® เข้ามาช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการมองและแก้ไขปัญหาขององค์กร

Design Thinking

Design Thinking คือกระบวนการคิด การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ในการออกแบบสินค้าหรือกระบวนการที่ต้องมีการทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง และสร้างความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากคนหลาย ๆ มุมมองมาสร้างเป็นไอเดีย แนวทางการแก้ไขปัญหา และนำเอาแนวทางต่าง ๆ มาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งานหรือลูกค้า

1. Empathize คือการเรียนรู้ความต้องการและลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ผ่านการสังเกตพฤติกรรมและการสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าใจปัญหาหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ต้องสามารถนำตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานะของผู้ใช้ ต้องมีความเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมาย ชอบอะไรไม่ชอบอะไร เป้าหมายของกลุ่มเป้าหมายคืออะไร อะไรคือปัญหาที่ผู้ใช้ประสบอยู่ ช่วง Empathize นั้นมีความสำคัญมาก เพราะถ้าหากข้อมูลที่ได้มาตรงกับความต้องการของผู้ใช้ จะนำไปสู่การระบุปัญหาจากมุมมองของผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการเข้าไปช่วยในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

2. Define คือการระบุถึงปัญหาสำคัญและกำหนดสมมุติฐานเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการตีกรอบของปัญหา โดยในขั้นตอนนี้จะทำให้เราเข้าใจความต้องการของผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายถึงสาเหตุของปัญหาจริง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ตรงจุด และเกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืน โดยขั้นตอนนี้เราต้องระบุให้ได้ถึง Root Cause หรือสาเหตุของปัญหา ถ้าสามารถแก้สาเหตุได้ ปัญหา ก็จะหมดไป ขั้นตอนนี้คือการนำข้อมูลที่เรารวบรวมมาจากกลุ่มเป้าหมายมาทำการวิเคราะห์ และดูว่ามีรูปแบบ (Pattern) หรือ ความหมาย (Meaning) อะไรบ้างที่สามารถใช้อธิบายปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการแก้ไขหรือประสบบอยู่
3. Ideation คือการระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อหา Idea ในการแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย พร้อม ๆ กับการเลือก Idea โดยขั้นตอนนี้จะเน้นไปที่การระดมสมองเพื่อให้ได้ปริมาณของ Idea จำนวนมากที่สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาได้ การระดมสมองเน้นไปที่ What โดยยังไม่ต้องสนใจ How และหลังจากได้ Idea ที่มากพอ ขั้นตอนที่ต่อไปคือการตัดสินใจเลือก Idea ที่ดีที่สุดมาเพื่อนำมาพัฒนาให้เป็นรูปร่าง โดยการตัดสินใจสามารถทำได้ด้วยการให้ทีมงานทำการ Vote ให้กับ Idea ที่คิดว่าน่าจะแก้ปัญหาและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ณ ขณะนั้น
4. Prototype คือการนำ Idea ที่เลือกจากขั้นตอน Ideation มาทำการจัดทำต้นแบบ (Prototype) โดยเน้นการจัดทำต้นแบบที่มีต้นทุนต่ำ และสามารถทำได้ในระยะเวลาอันสั้น สาเหตุที่ Design Thinking ต้องมีการจัดทำ Prototype เพราะต้องการให้ Idea นำไปสู่สิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) ผู้ใช้สามารถเห็น สัมผัส และใช้งานในขั้นต้นได้ การใช้ Prototype ทำให้ผู้ใช้ได้เห็นภาพของ Product หรือ Solution ที่จะมาแก้ไขปัญหา ถึงแม้ว่า Prototype ยังไม่สมบูรณ์ แต่สามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ผู้ใช้สามารถให้ Feedback เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดหรือปรับเปลี่ยนได้ทันทีโดยที่ไม่เสียเวลาและต้นทุนมาก อีกสาเหตุที่ใน Design Thinking ต้องมีการใช้ Prototype เพราะผู้ใช้อาจไม่รู้ส้เขาต้องการอะไร แต่เมื่อได้เห็น Prototype แล้วจึงสามารถนึกออกว่าตนเองต้องการอะไร หรือที่เรียกว่า IKIWISI (I Know It When I See It)
5. Test คือการนำต้นแบบ (Prototype) ไปทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำ Prototype ให้กลุ่มเป้าหมายใช้งานจริง และนำเอา Feedback มาทำการปรับปรุง Prototype เพื่อนำผลตอบรับที่ได้กลับไปปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

Lego® Serious Play® (LSP®) Methods

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

1. Building Individual Models and Stories
2. Building Shared Models and Stories
3. Creating a Landscape
4. Making Connections
5. Building a System
6. Play Emergence and Decisions
7. Extracting Simple Guiding Principles

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

6.กำหนดการอบรม

| วันที่อบรม | หัวข้อการอบรม | จำนวนชั่วโมง |
|------------|--|--------------|
| วันที่ 1 | <p>Module #1: Strategy and Vision Development (Business Cases)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lego® Serious Play® (LSP®) Methods: Topic “<i>Digital Transformation</i>” - Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน | 6 |
| วันที่ 2 | <p>Module #2: Problem Spaces</p> <ul style="list-style-type: none"> - Business Problem Framing & Analytics Problem - Business Performance Management (BPM) - Customer CxDNA (Customer Journey/Customer Lifecycle/Customer Experience) - Artificial Intelligence Concept - Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน | 6 |
| วันที่ 3 | <p>Module #3: Data Spaces and Analytics Spaces (Part I)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Data Spaces: Data Architecture, Data Strategies, Data Quality, & Data Preparation - Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน | 6 |
| วันที่ 4 | <p>Module #4 – Analytics Space</p> <ul style="list-style-type: none"> - Big Data Concept - Analytics Concept (Descriptive, Diagnostic, Predictive, and Prescriptive Analytics) - Artificial Intelligence Use Cases - Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน | 6 |
| วันที่ 5 | <p>Module #5 – Technology Spaces and User Spaces</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technology Spaces: Emerging Technologies (AI, Big Data, Business Intelligence, and Business Analytics) - System Architecture | 6 |

| วันที่อบรม | หัวข้อการอบรม | จำนวนชั่วโมง |
|------------|---|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - User Spaces: User Interface/User Experience/Stakeholder Management - Solution Evaluation and Deployment - Technology Showcase ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อบรมในแต่ละวัน | |
| | รวม | 30 |

7.การรับรองการฝึกอบรม

ผู้เข้าอบรมจะได้รับประกาศนียบัตรรับรองจาก สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เมื่อมีเวลาเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 80% ของระยะเวลาการอบรมทั้งหมด

8.การสมัครและการชำระเงิน

กรุณารอกข้อความในใบสมัครให้ชัดเจน โดยโอนเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงเทพ สาขานิด้า ในนาม “สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สำนักสรีพัฒนา” เลขที่ 944-0-23397-2 พร้อม แฟกซ์หลักฐานการโอนเงิน (ใบ Pay in) พร้อมใบสมัครที่กรอกข้อมูลครบถ้วนแล้วมาที่ 0-2377-1232 หรือ SCAN มาที่ cbi@nida.ac.th

9.สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ 02-7273983-5

10. ประวัติวิทยากรโดยย่อ



รศ. ดร. จงสวัสดิ์ จงวิวัฒน์ผล

ตำแหน่ง : อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

สังกัด : คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี ในสาขาวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรม
อุตสาหกรรม จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาโท ในสาขา Risk Control Management และ
สาขา Management Technology จากมหาวิทยาลัย
University of Wisconsin-Stout

ปริญญาเอก ในสาขา Business Administration จาก
มหาวิทยาลัย Oklahoma State University

ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ หรือ ความสนใจ

มีความชำนาญในด้าน Big Data, Data Mining, Business Intelligence, AI
Strategy, Decision Support Systems, RFID, Management Information
Systems, Design Thinking, และ Lego® Serious Play® (LSP®)

ผลงานตีพิมพ์งานวิจัยในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

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

รางวัลทางวิชาการ

รางวัล Best Case Study Paper Award จากงานสัมมนานานาชาติที่ 42nd Decision Sciences Institute (DSI) Conference ที่ Boston, MA (November 19-22, 2011)

รางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง จากการแข่งขันวิเคราะห์ข้อมูล 2010 SAS Data Mining Shootout ที่งานสัมมนา SAS' 13th Annual Data Mining Conference ที่ Las Vegas, NV (October 25-26, 2010)

เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของคณะนักศึกษาที่ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง (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)

ที่ปรึกษาของคณะนักศึกษาที่ได้รับรางวัล 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

Project Management Institute

THIS IS TO CERTIFY THAT

Jongsawas Chongwatpol

HAS BEEN FORMALLY EVALUATED FOR EXPERIENCE, KNOWLEDGE AND PERFORMANCE OF
BUSINESS ANALYSIS AND IS HEREBY BESTOWED THE GLOBAL CREDENTIAL

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

IN TESTIMONY WHEREOF, WE HAVE SUBSCRIBED OUR SIGNATURES UNDER THE SEAL OF THE INSTITUTE



Tony Appleby
Chair, Board of Directors



Sunil Prashara
President and Chief Executive Officer



PMI-PBA[®] Number: 3141894
PMI-PBA[®] Original Grant Date: 21 September 2021
PMI-PBA[®] Expiration Date: 20 September 2024





Jongsawas Chongwatpol

the designation of

Certified Analytics Professional

for attaining prescribed standards, pledging to uphold INFORMS' Code of Ethics/Conduct, passing a rigorous examination based on the end-to-end process of an analytics project and committing to ongoing professional development in the practice of analytics.

Certification Date: August 2, 2019
Certified Until: August 2, 2022

R. Krishnan
Ramayya Krishnan
2019 INFORMS President



Certificate Number: 1917
Property of INFORMS

Melissa Moore
Melissa Moore
INFORMS Executive Director



CERTIFICATE IN FACILITATING AND DESIGNING WORKSHOPS with the LEGO® SERIOUS PLAY® Method

Jongsawas Chongwatpol



has successfully completed the four days Facilitator Certification Program in the LEGO® SERIOUS PLAY® method in accordance with the standards set by the "Association of Master Trainers".

The program covers theory, practice, design and facilitation with the method, and its standard applications for business, organizational, team and personal development.



Bangkok, Thailand; 11/3-2021

Place and Date

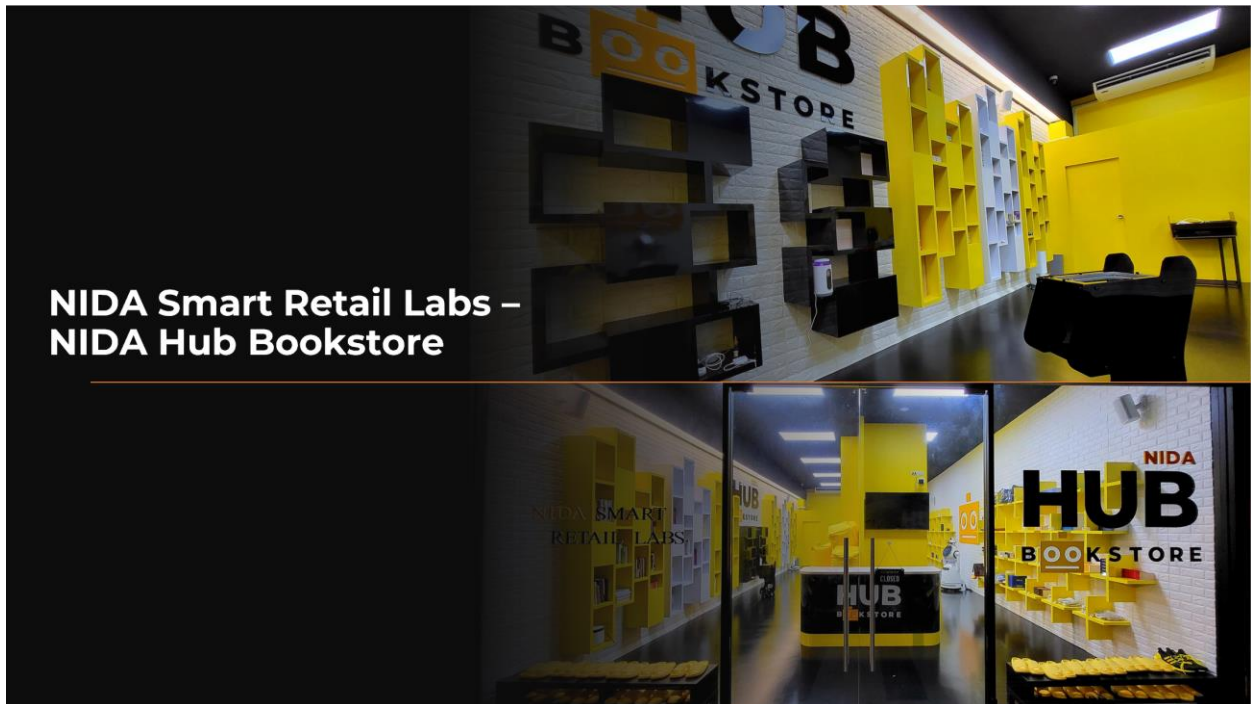
Per Kristiansen

Per Kristiansen, Master Trainer

NIDA Design & Innovation Hub



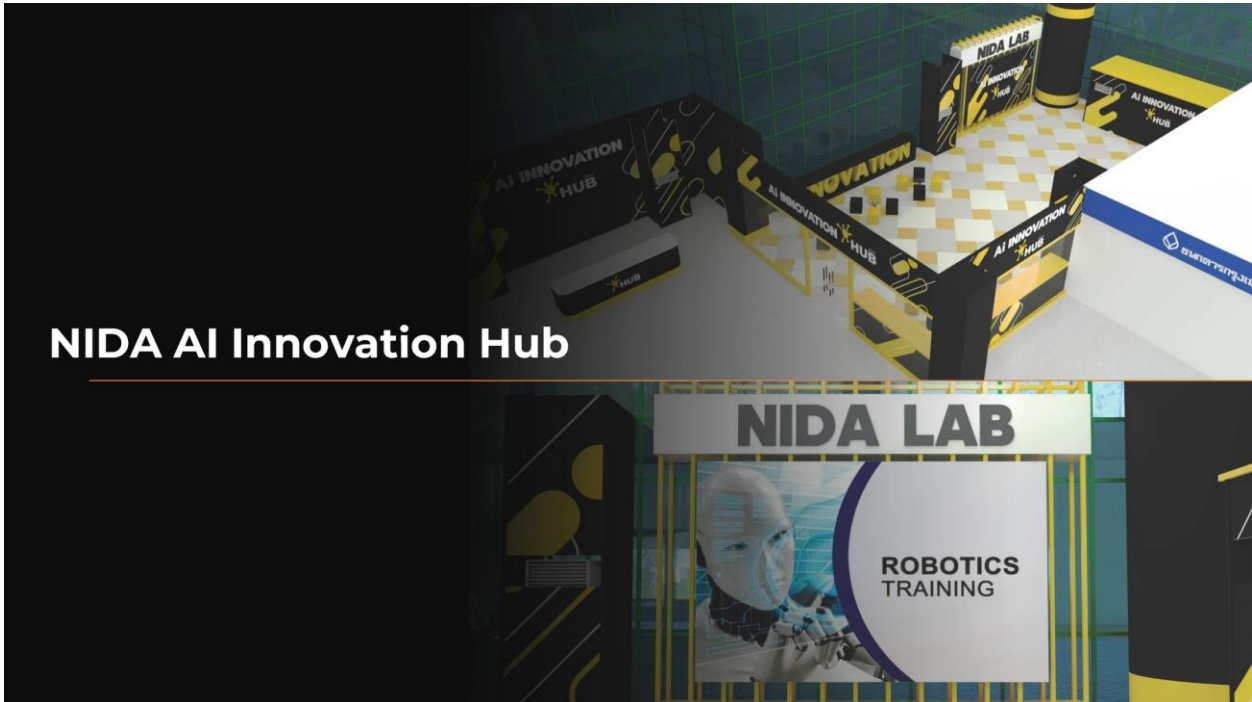
NIDA Smart Retail Labs – NIDA Hub Bookstore



NIDA Hub – Ideation Space



NIDA AI Innovation Hub



**NIDA Hub Virtual Superstore
(VR + Eye Tracking (Heatmap)+ EEG (Brain
– Level of Concentrations) + Big Data**

