

หลักสูตรพัฒนาสมรรถนะผู้บริหาร

(Smart Leader) โรงพยาบาลชลบุรี ปี 2559



วันที่ 12 มี.ค.59 : ความคิดริเริ่ม
สร้างสรรค์และนวัตกรรม

ดร.ดนัย เทียนพุฒ
นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ



ดร.ดนัย เทียนพุฒ

ตำแหน่งปัจจุบัน : นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษา

อาจารย์-กรรมการหลักสูตร MBA มรภ.ภูเก็ต

รางวัลนักทรัพยากรมนุษย์ดีเด่นแห่งประเทศไทย ปี 2552 ประเภทนักวิชาการและ
ที่ปรึกษา โดยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ ม.ธรรมศาสตร์

เข็มกิตติคุณ ชั้นที่ 4 สถาบันพระปกเกล้า ในฐานะผู้ทำคุณประโยชน์และสมควรยกย่อง (ปี 2558)

เข็มเกียรติคุณ แพทยสภา ปี 2557-2558

โล่เกียรติยศรางวัลศิษย์เก่าดีเด่น โรงเรียนมัธยมสันพิทยา ปี 2558

โล่ประกาศนียบัตร ผู้ให้การสนับสนุนและสร้างคุณประโยชน์ในเรื่อง

“คำราพิไชยสงคราม เมืองเพชรบูรณ์” จากนายกเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ปี 2556

ประกาศนียบัตร “Strategic Management Workshop”

Haas School of Business, UC Berkeley (2005)

ความรับผิดชอบพิเศษ Blogger <http://www.drdanai.blogspot.com>

กรรมการบริหารหลักสูตรประกาศนียบัตรธรรมภิบาลสำหรับผู้บริหารระดับกลาง
สถาบันพระปกเกล้า

อาจารย์พิเศษ โครงการป.เอกหลักสูตรบริหารการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารงาน

คอลัมน์นี้ส์ นสพ.inMarketing และ นิตยสาร Market Plus

การศึกษา: Doctor of Management, Major Business Management,

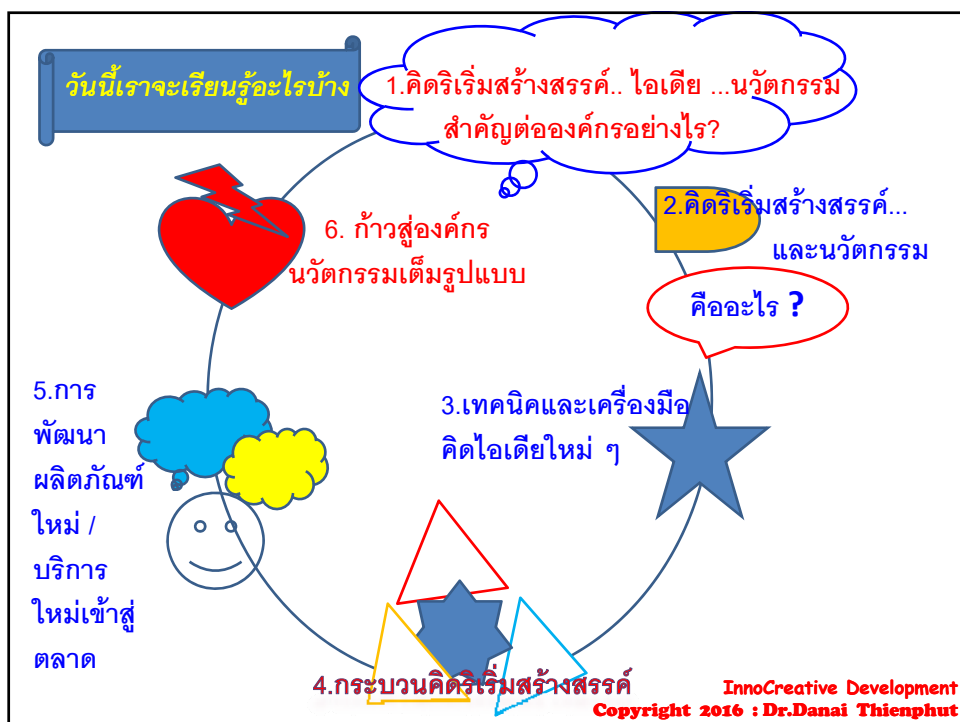


Suan Dusit University
 Certificated English for "Academic and Research Communication"
 at ICTE, The University of Queensland, Australia (2006)
 Master of Education (Educational Evaluation & Measurement)
 Chulalongkorn University
 Bachelor of Education (Mathematics), Srinakarinwirot University
 (Pathumwan Campus)

อบรมดูงาน :Certificated Program on "Leadership Training for Transformative Education"



held on April 2-4,2011 at Saint John's University of Thailand
 Visitation Program on "Business Trip in USA." (2010)
 Visitation Program on "The Educational System in Taiwan" (2009)
 Visitation Study on "Business and Culture of China" Beijing (2005)
 Visitation Program on "Online Learning Asia 2002" at S'pore
 Visitation Program on "The New Economy" at S'pore (2000)
 Delegated on "the 8th World Congress of HRM" at Paris, France (2000)
 Visitation Program on "A New Business & HR Concept" at S'pore (1995)
 Certificated Program on "The World Congress of HRM '96" held at HK



การคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Creative Thinking



คิดริเริ่มสร้างสรรค์..
ไอเดีย ...นวัตกรรม สำคัญ
ต่อองค์กรอย่างไร?

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

The Innovation of 1980 vs 2016	
1980	2016
■ นาฬิกา Casio G-Shock 	
■ เครื่องเล่นเกม Famicom 	
■ Mobile Phone 	
■ เครื่องเล่นเทปแบบพกพา 	

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

The Innovation of 1980 vs 2016

1980	2016
▪ Compact Disc 	
▪ Microsoft 	
▪ 3M Post it 	

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



มาทดลองอุปกรณ์ส่องกันหน่อยครับ !



แบบทดสอบกัน : ท่านมีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



10 บริษัทชั้นนำลดด้านนวัตกรรม 2015

อันดับ		บริษัท	ค่าใช้จ่ายด้าน R&D		
2015	2014		2015 พันล้าน US\$	1000 อันดับ	% ของรายได้
1	1	Apple	\$6.0	18	3.3%
2	2	Google	\$9.8	6	14.9%
3	5	Tesla Motors	\$0.5	273	14.5%
4	4	Samsung	\$14.1	2	7.2%
5	3	Amazon	\$9.3	7	10.4%
6	6	3M	\$1.8	80	5.6%
7	7	GE	\$4.2	36	2.9%
8	8	Microsoft	\$11.4	4	18.1%
9	9	IBM	\$5.4	26	5.9%
10	11	Toyota	\$9.2	3	3.7%

*Strategy + business. Magazine Issue 81, Winter 2015 (Oct 27, 2015)

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

High-Impact Factors to The Most Innovative Companies

Interrelated

Speed

(การให้ลำดับก่อนหลัง เป็นหนึ่งใน
แหล่งของความแตกต่าง สำหรับ
นักนวัตกรรมฝ่าทะลวง)

**Lean R&D
processes**

a major effect
on speed

IT Department....

ดิจิทัล โมบาย ข้อมูลขนาดใหญ่
และ เทคโนโลยีอื่น ๆ ถูกใช้เพื่อ
สนับสนุน และทำให้มี
นวัตกรรมข้ามขอบเขตในองค์กร

*<https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth-lean-manufacturing-innovation-in-2015/>

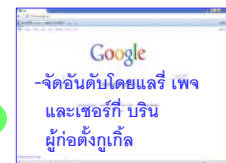
**InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut**

Google กับสูตรนวัตกรรม

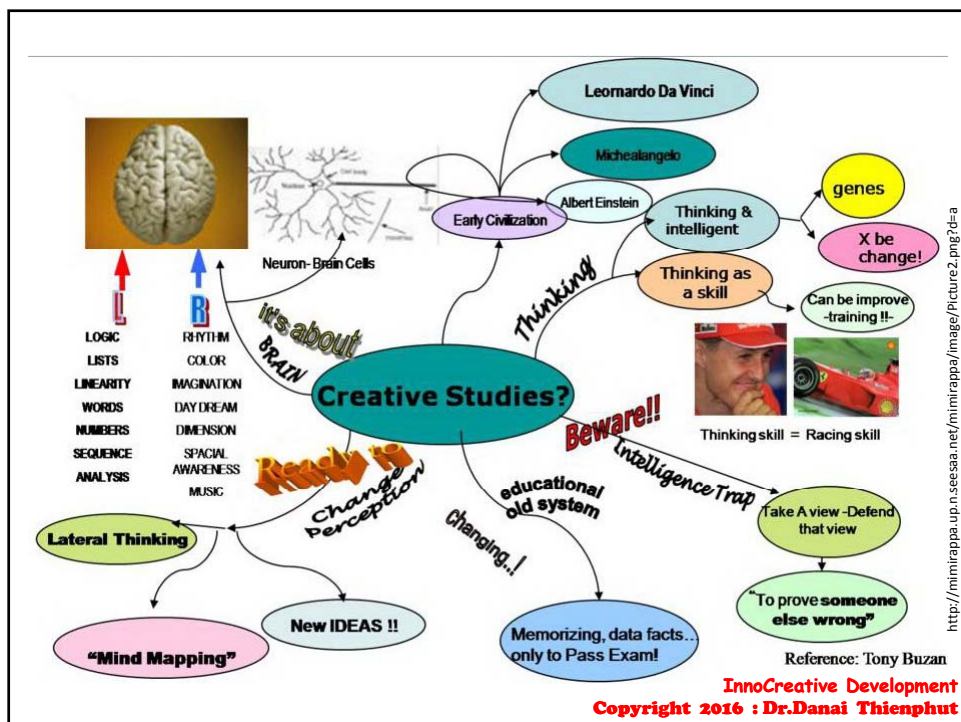
- 70%** พนักงานจัดสรรเวลาให้กับการทำงานประจำ
- 20%** ในการทำโครงการเชิงกลยุทธ์
(Google News, Google Earth, Google Book Search, Google Apps, Chrome)
- 10%** ในการทดลองทำโครงการอะไรก็ได้ที่พนักงานสนใจ

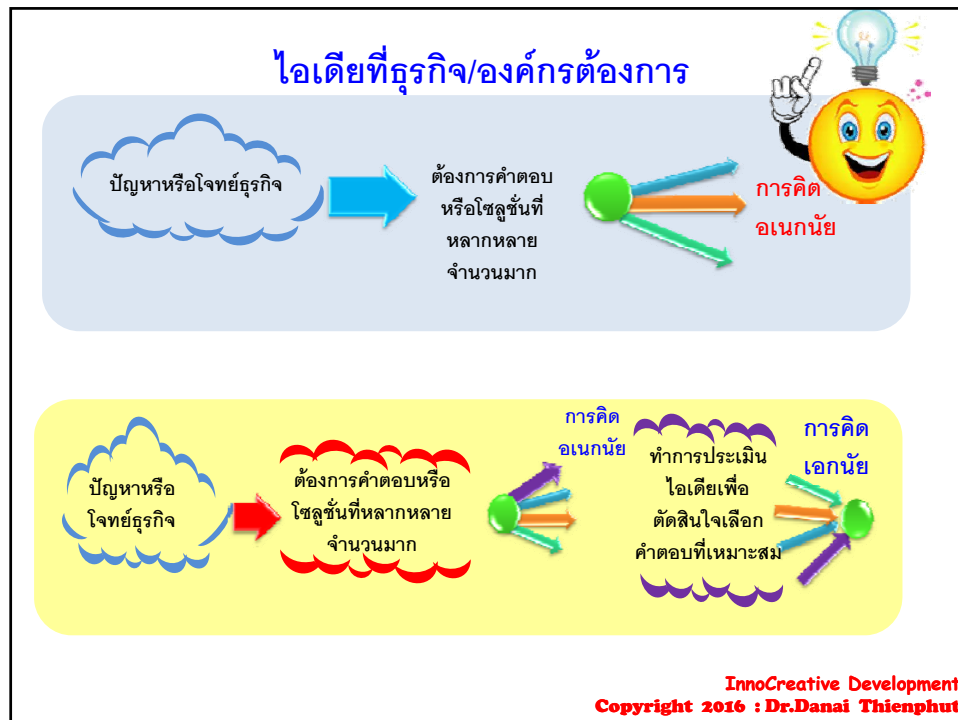
มีโอกาที่จะติดอยู่ใน

**สุดยอดโครงการทดลอง
100 อันดับแรก**



**InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut**





Open Session:

ความหมาย และองค์ประกอบ
ของคิตรีเริ่มสร้างสรรค์ และ
นวัตกรรม รวมถึงการใช้งาน

ให้ตอบคำถามคำถามต่อไปนี้

Idea#1

Idea#2

Idea#3

Clip VDO



① ไอเดียสร้างสรรค์ เกิดมาจากอะไร?

② ดังนั้นไอเดียสร้างสรรค์ คืออะไร และนวัตกรรม คืออะไร มีอะไรเหมือนและแตกต่างกันบ้าง?

③ ทำไม ไอเดียสร้างสรรค์ จึงทำงานได้/นำไปใช้สร้างบริการ ผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงงานได้ ?

Brainstorm
ที่ดีที่สุดควรดำเนินการแบบใด ?



InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

นวัตกรรมคือ



นวัตกรรมเป็นไอเดีย การปฏิบัติหรือวัตถุซึ่งเป็นที่ยอมรับ
กันว่าใหม่โดยบุคคลหรือหน่วยงานที่ปรับใช้

เป็นการสำรวจของ
ไอเดียที่ประสบ
ความสำเร็จ

เป็นสิ่งที่ประยุกต์
ในการผลิตของธุรกิจ
การจัดจำหน่ายและ
การบริโภคใน
ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป็นการประยุกต์เชิง
พาณิชย์คนแรกหรือ
การผลิต
ของกระบวนการใหม่
หรือผลิตภัณฑ์ใหม่

สรุป

เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการทำเชิงพาณิชย์ของสิ่งประดิษฐ์
(ที่ออกมาจากห้องแลปหรือโรงงานให้เสร็จสมบูรณ์สำหรับ
ตลาด) *Smith, D. (2006)

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

I
n
n
o
v
a
tion
is...

การ
เรียนรู้
จาก
ความ
ผิดพลาด
/ล้มเหลว

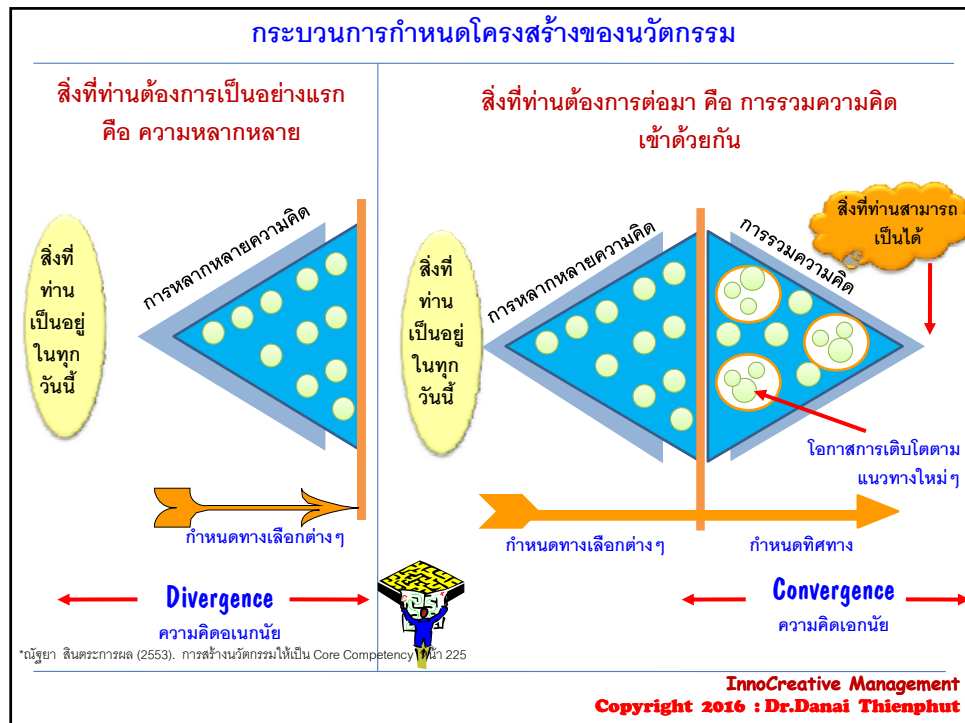
การ
ลอง
ผิด
ลอง
ถูก

ศูนย์
กลางอยู่
ที่ความ
เป็นผู้
ประกอบ
การ

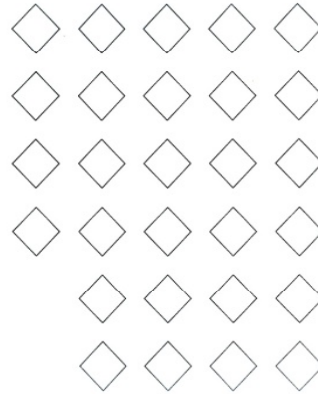
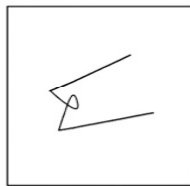
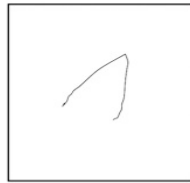
เป็น
กระ
บวน
การ
สู่

แต่กออก
และการ
ทดลอง

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



HOW CREATIVE ARE YOU ?



<http://www.newsweek.com/photo/2010/07/10/creativity-test.html>

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

7 เครื่องมือที่นิยมใช้คิดไอเดียใหม่:

วิธีที่ ①

การใช้แนวคิดของกิลฟอร์ด-
ความคิดนอกกรอบ

- คิดริเริ่ม
- คิดแคล่วคล่อง
- คิดยืดหยุ่น
- คิดละเอียดลออ

วิธีที่ ②

การระดมความคิด
(Brainstorming)



วิธี

ที่

③



IDEA

GENERATION SYSTEM
"SCAMPER Technic"



ใช้จินตนาการช่วย
คิดสร้างสรรค์

④ IMAGINE

⑥

ให้ผู้เข้าอบรม
เสนอ



⑦ CPS: Creative Problem Solving

- ค้นหา -> เข้าใจสถานการณ์/ปัญหา
- ค้นหา -> วิเคราะห์ปัญหา
- ค้นหา -> นิยาม (เป้าหมาย)
- ค้นหา -> คิด คิด ๆ ๆ
- ค้นหา -> เลือก (เปรียบเทียบกับเกณฑ์)
- ค้นหา -> นำไปปฏิบัติ

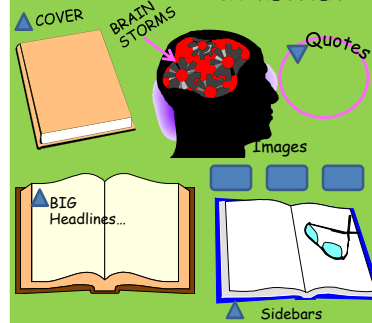
Wow!

ประเมินผล
อะไรไม่สำเร็จ/
ต้องพัฒนา

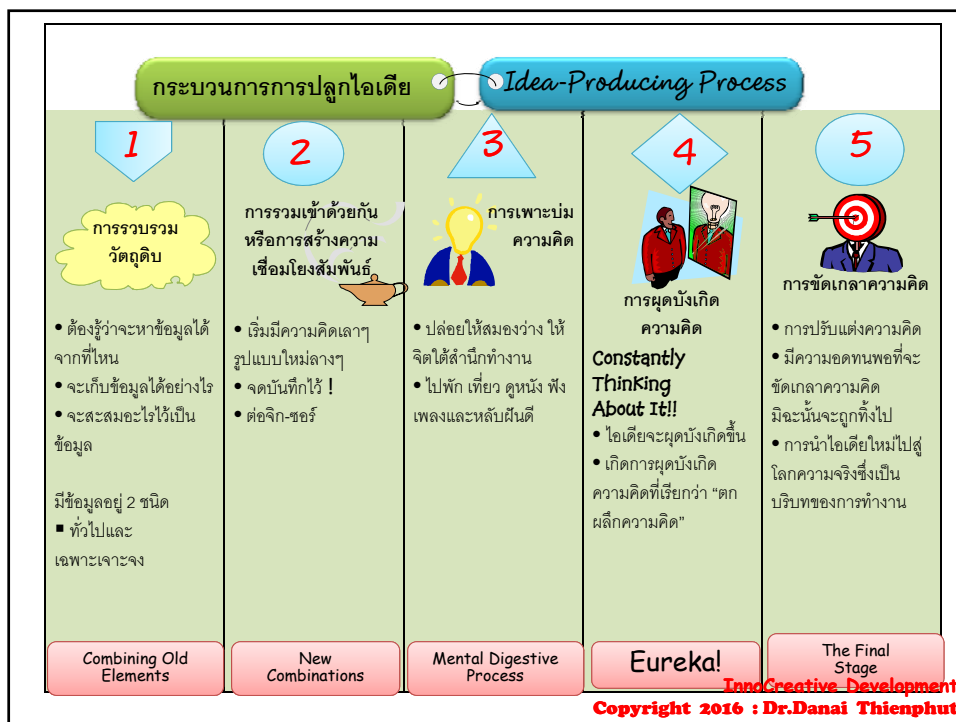
InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

⑤ Cover Story

ON THE COVER!



*Gray, D., Brown, S. & Macanuff, J. (2010). Gamestorming. P.87



IDEA GENERATION SYSTEM SCAMPER

S ubstitute <u>ทดแทน</u> * วิธีที่ดีกว่าสำหรับลูกค้า การทดแทนส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น Fructose แทน Refined Sugar	C ombine <u>การรวม</u> * รวมสินค้า 2 ตัวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเข้าด้วยกันเพื่อให้ Brand แข็งแกร่ง เช่น Shampoo + Conditioner, Windows + IE	M agnify/Minify <u>ขยาย/ย่อ</u> * ทำให้ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง MINI DISK, MOBILE TV ทางกว้าง	P ackage <u>บรรจุภัณฑ์</u> * ปรับแพ็คเกจใหม่	R everse <u>นำกลับมาใช้ใหม่</u> * ทำให้สินค้าใช้ได้หลายครั้ง เช่น ใบมีดโกน
S implify <u>ทำให้ง่าย</u> * ไม่ใคร่เวทในการปรุงอาหาร	A dapt <u>ปรับ</u> * ปรับผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีไปอีก Category	M odify <u>ดัดแปลง</u> * เปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์หนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	P urloin <u>ขโมย</u> * ขโมยความคิดของคนอื่นที่ประสบความสำเร็จ	R earrange <u>จัดใหม่</u> * จัดใหม่เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน เช่น เครื่องคิดเลข (เลข 00, เครื่องหมาย+)
	A dopt <u>นำมา</u> * ใช้เทคโนโลยีจากประเทศหนึ่งหรืออุตสาหกรรมไปยังอีกอันหนึ่ง	M ultiply <u>ทวีคูณ</u> * เปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มยอดขาย 6 Packs, 12 Packs	E liminate <u>กำจัด</u> * ถอนย้ายหรือลดปริมาณ เช่น Diet Coke	
			E levate <u>ยกระดับ</u> * ปรับสินค้าให้อยู่ในเกรดสูง	

ราคาแพง-แพ็คเกจดี **InnoCreative Development**
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

10 คำถามในการกระตุ้นต่อมไอเดีย

- 1.อะไรถ้า...?
2. เราจะปรับปรุงเรื่องนี้ สิ่งนี้ได้อย่างไร...?
3. สมาชิกหรือหน่วยงานจะได้ประโยชน์อะไร?
- 4.เรากำลังลืมบางสิ่งหรือไม่?
- 5.ขั้นตอนต่อไปคืออะไร?

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

10 คำถามในการกระตุ้นต่อมไเอเดีย

6. เราสามารถทำได้ดีกว่านี้ไหม...?

7. ท่านคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังง...?

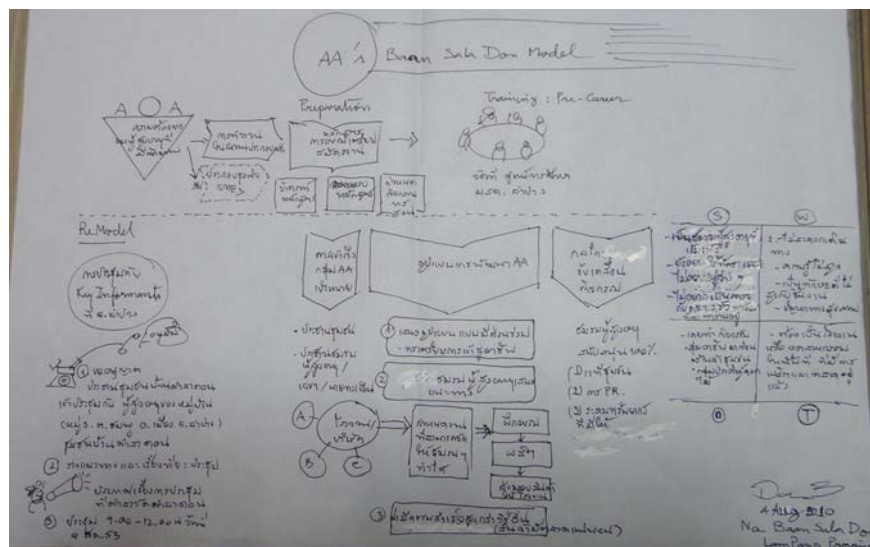
8. เราควรจะเพิ่มเติมอะไรอีก?

9. เราควรขจัดอะไรออกไปบ้าง?

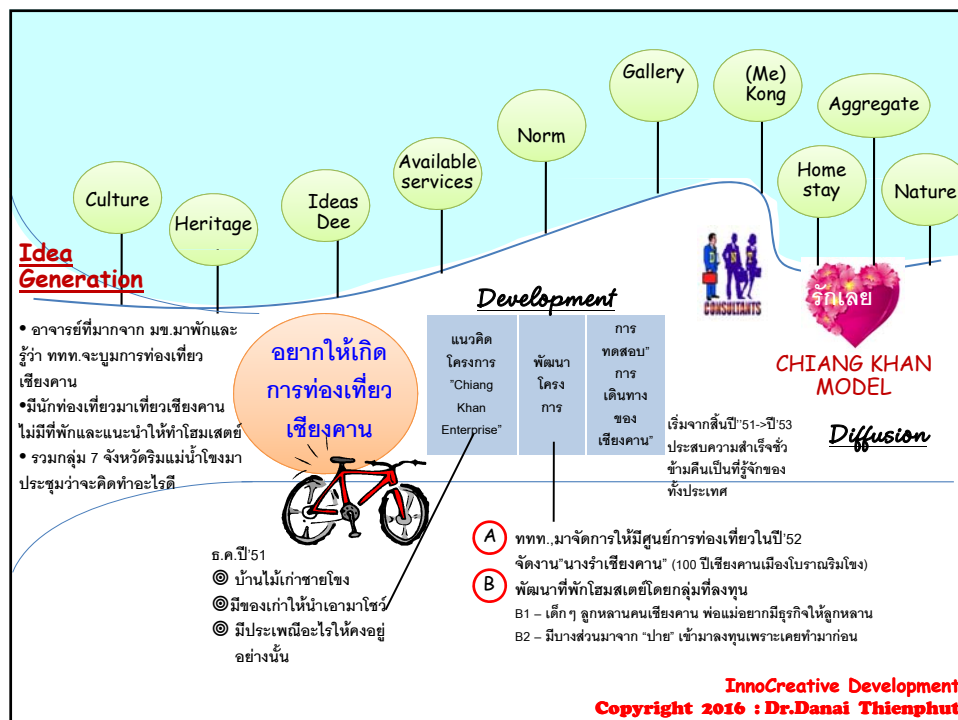
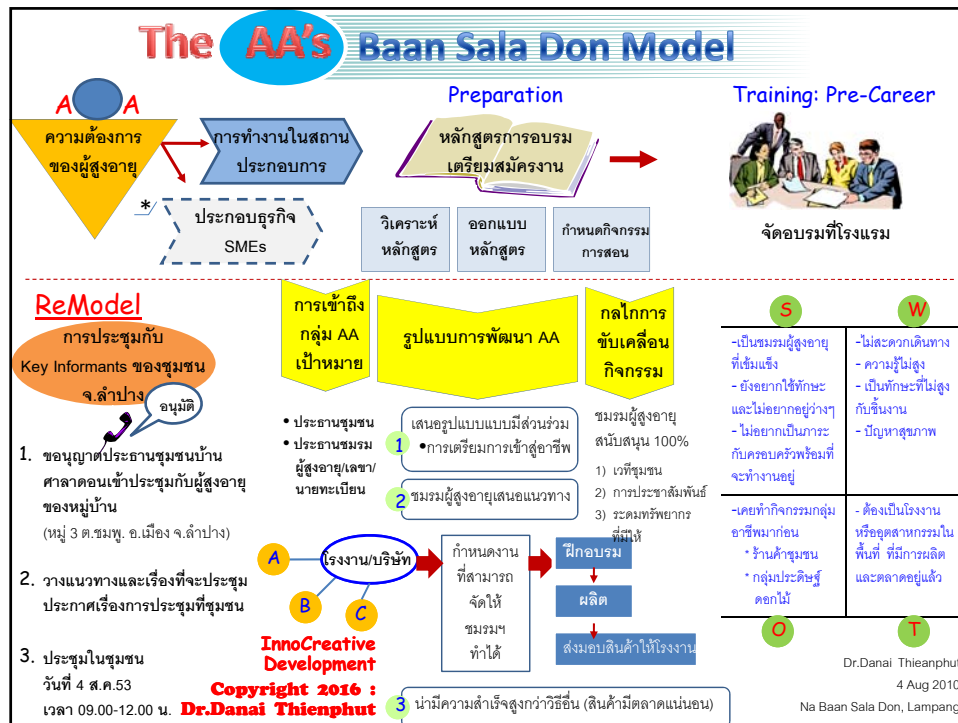
10. ท่านมีไเอเดียอื่น ๆ อีกไหม...?

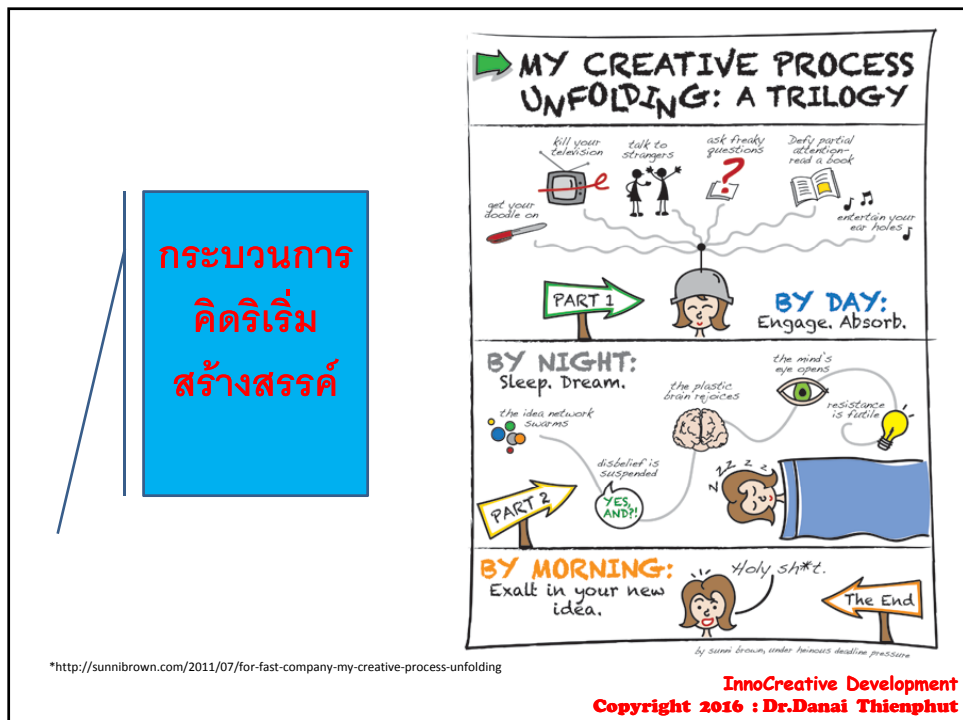
InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

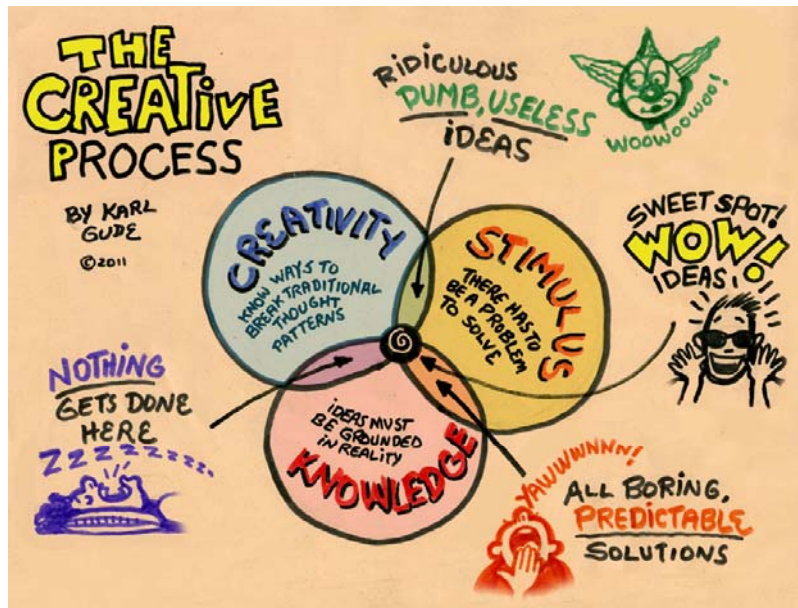
การพัฒนาไเอเดียจาก สเก็ตบุ๊ก(Sketchbook) -การรวมเข้าด้วยกัน



InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

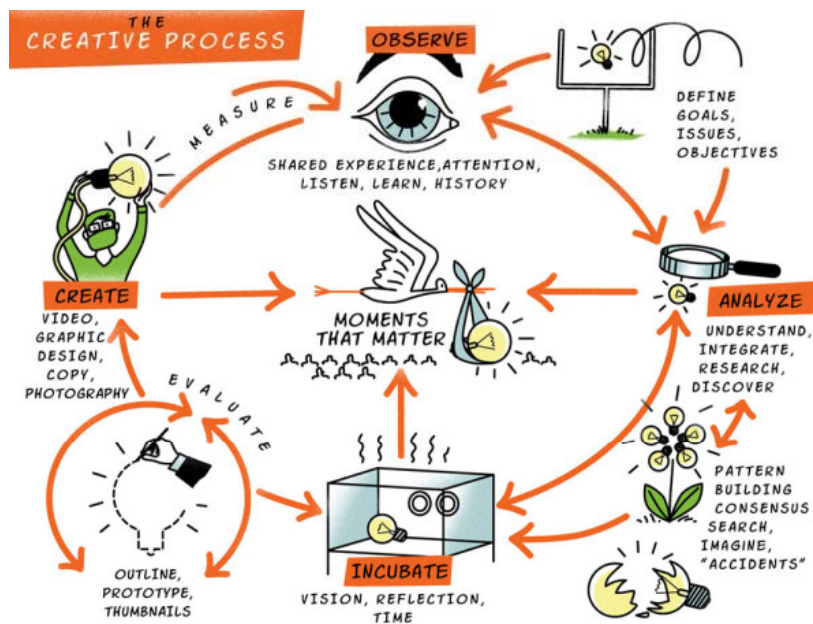






*<http://www.charlesapple.com/uploads/2011/12/111206KarlGudeCreativeProcess02.jpg>

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



*<https://sandiegoofficedesign.wordpress.com/2013/07/27/frustrations-of-the-creative-process/>

InnoCreative Development
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



THEORY OF INNOVATION

PROPHET OF INNOVATION
Joseph Schumpeter and Creative Destruction
THOMAS K. McCRAW

INNOVATION NATION
JOHN KAO

SEEING WHAT'S NEXT
CLAYTON M. CHRISTENSEN
SCOTT D. ANTHONY - ERIC A. BOTH

OPEN INNOVATION
HENRY CHESBROUGH

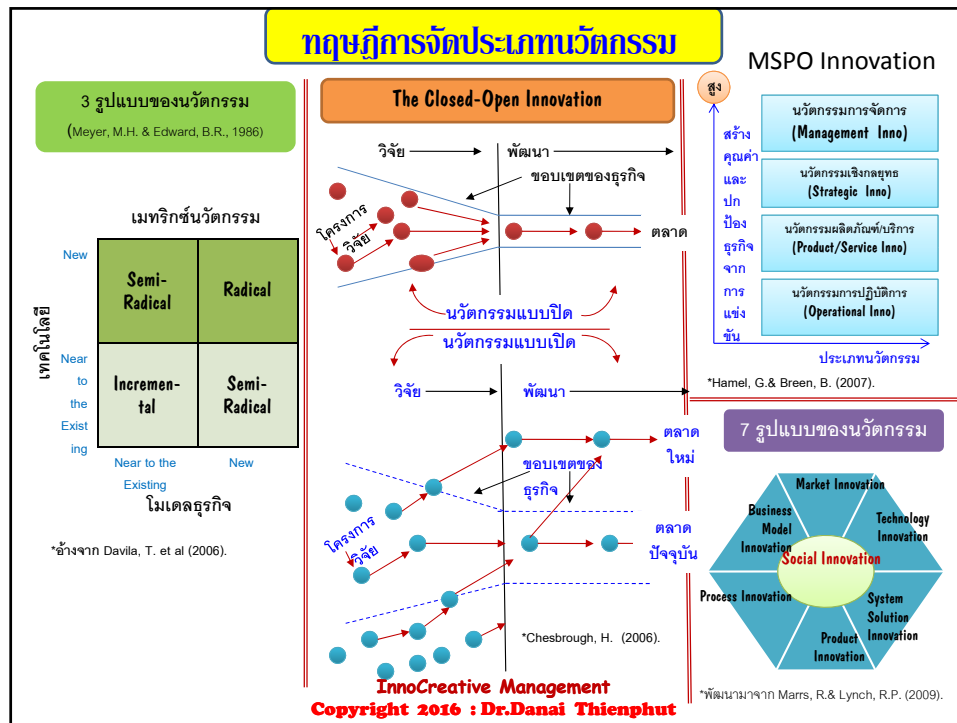
DRIVING GROWTH INNOVATION
ROBERT A. TUCKER

THE INNOVATION MACHINE
CLAYTON M. CHRISTENSEN

ดร. ดนัย เทียนพุด

ศาสตราจารย์พิเศษ สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล
ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
กรุงเทพฯ 10130

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



Innovation สามารถเรียนรู้ได้เหมือนทักษะอื่น เช่น
การตลาด ความเป็นผู้นำหรือการเล่นกีตาร์
ต้องการเป็นนักนวัตกรรม

Innovation ต้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์
นวัตกรรมถูกกำหนดโดยแนวทางจากกลยุทธ์
หรือช่วยไกด์กลยุทธ์ให้มีโอกาสสำคัญต่อการเติบโต

Innovation เป็นปรากฏการณ์ 2 ทาง

- ① เราสามารถเริ่มด้วยปัญหาและมีโซลูชันเชิงนวัตกรรม
- ② เราสามารถสร้างสมมติฐานของโซลูชันและสำรวจปัญหาที่ช่วยแก้ปัญหา

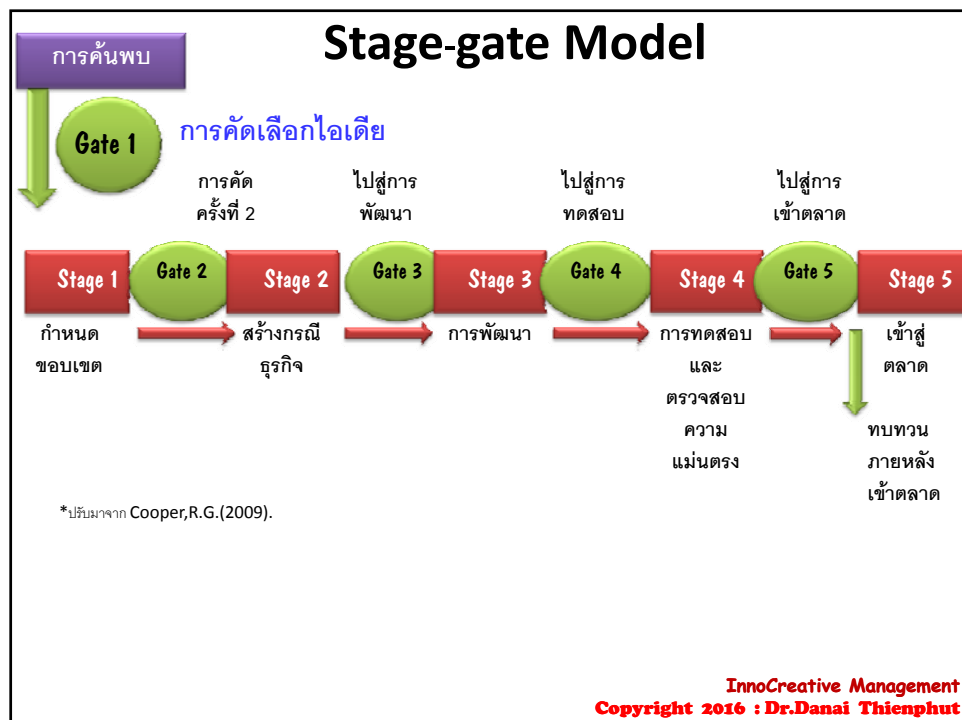
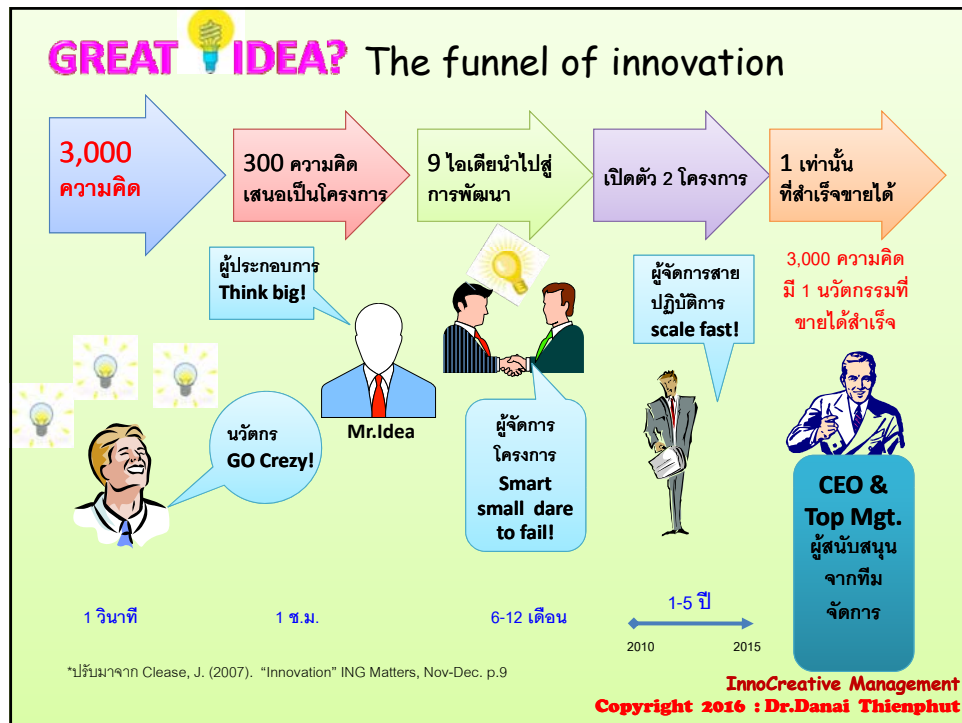
ต้องการเป็นนักนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่

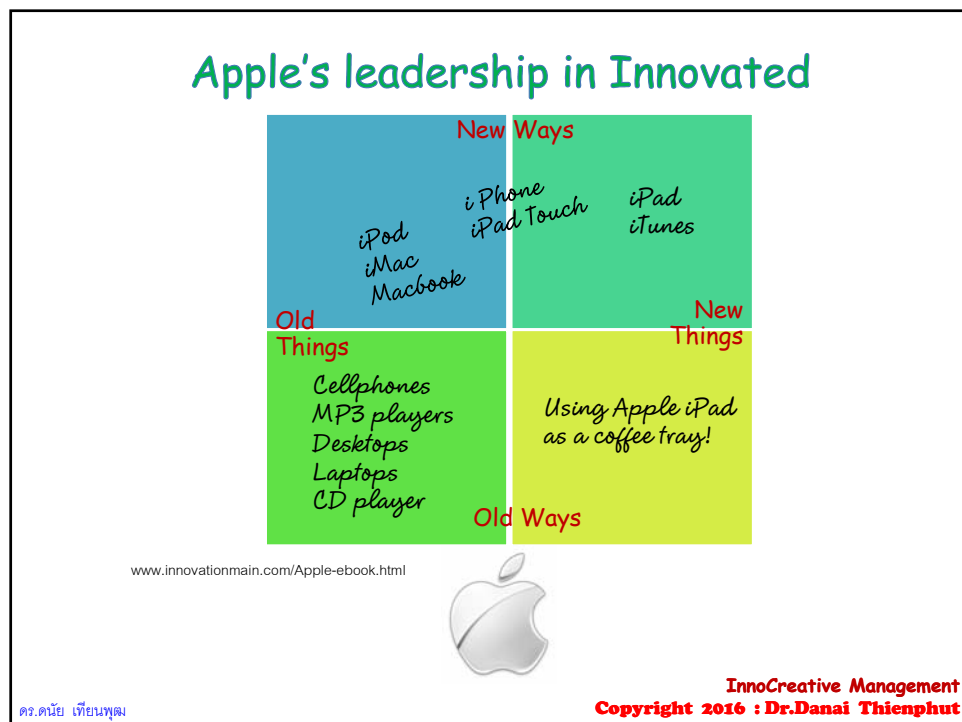
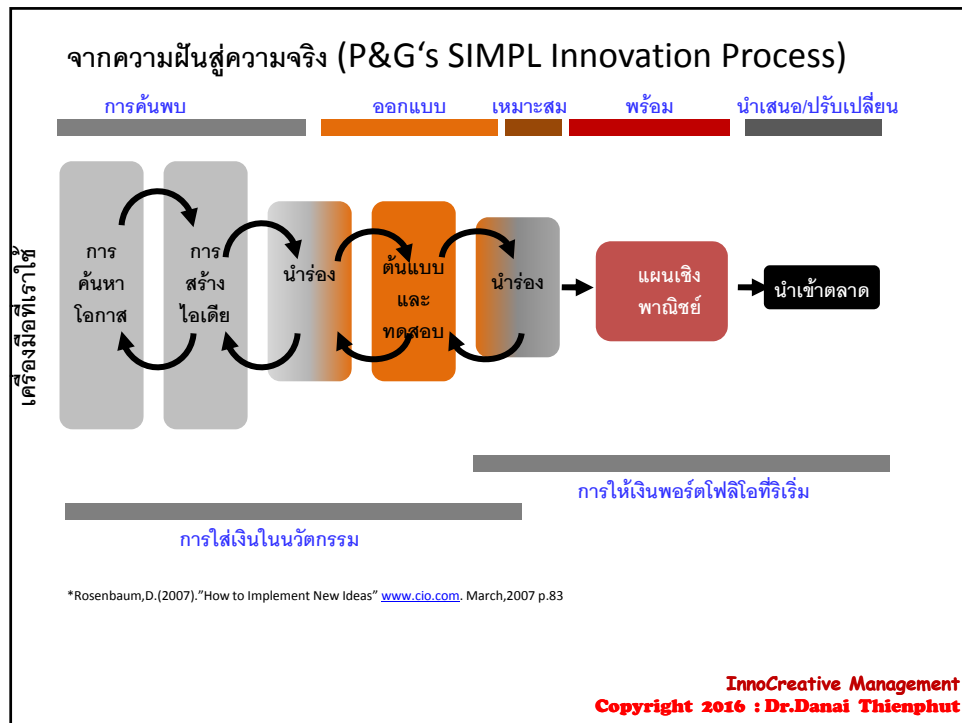
Learn a method

You need to be a two-way innovators

*http://www.innovationinpractice.com/innovation_in_practice/methods

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut





7 หลักการต่อไปนี้ทำให้ Jobs เจาะทะลุวงสู่ความสำเร็จ

หลักการที่ 1
**Do
what
you love**

ทำในสิ่งที่ท่านรัก
“มีความหลงใหล
ในการทำสิ่งที่
ดีกว่า”

มีความกล้าที่จะทำตามใจปรารถนา
และสัญชาตญาณ บางครั้งคนเรา
ก็รู้อยู่แล้วว่าจริงๆ เราต้องการ
จะเป็นอะไร



Jobs

หลักการที่ 2
**Put a
dent in
the
universe**

เติมรอยบุ๋ม/หลุมเข้าไปใน
จักรวาล
การพูดถึงวิสัยทัศน์และ
นวัตกรรมไม่ได้เกิดขึ้นใน
สุญญากาศ

“เรากำลังเล่นเกมส้นบน
วิสัยทัศน์ของเราและเรากล้าทำ
มากกว่าทำผลิตภัณฑ์แบบ
“ฉันด้วย (Me too)”
“A Vision to change
the World”

หลักการที่ 3
**Kick start
your
brain**

เริ่มคิดเครื่องสมองท่าน

“คิดสร้างสรรค์เป็นเพียงการเชื่อมโยงกับทุก ๆ สิ่ง”

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

หลักการที่ 4
**Sell
dreams,
not
products**

ขายฝันไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์
ลูกค้าของท่านไม่ได้สนใจ
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือแบรนด์
แต่สนใจในตัวเอง
“ช่วยให้ลูกค้าได้เติมเต็มฝันและ
ท่านจะชนะเสมอ

หลักการที่ 5
**Say no to
1,000
times**

จงบอกปฏิเสธให้ถึง
1,000 ครั้ง
“กำจัดสิ่งยุ่งยากใน
ประสบการณ์ของลูกค้า”
iPhone จึงไม่มีคีย์บอร์ด
iPad เด็กเพียง 2 ขวบก็ใช้ได้
Website เว็บไซต์ของ Apple
เสนอเพียง 1 ผลิตภัณฑ์

หลักการที่ 6
**Create
insanely
great
experience**

สร้างความบ้าคลั่งให้เป็น
ประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่
“ทุกคนต้องการรู้ว่าอะไรที่
เขาสามารถทำได้ด้วย
ตนเองและเรากำลังแสดง
สิ่งนั้นให้ทุกคน”

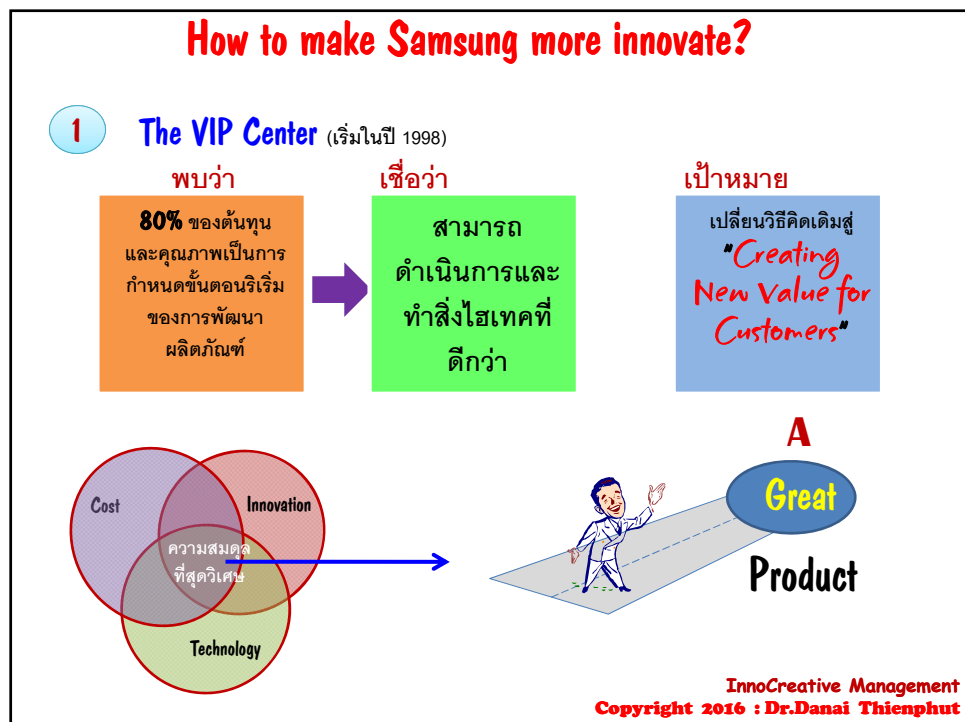
หลักการที่ 7
**Master
the
message**

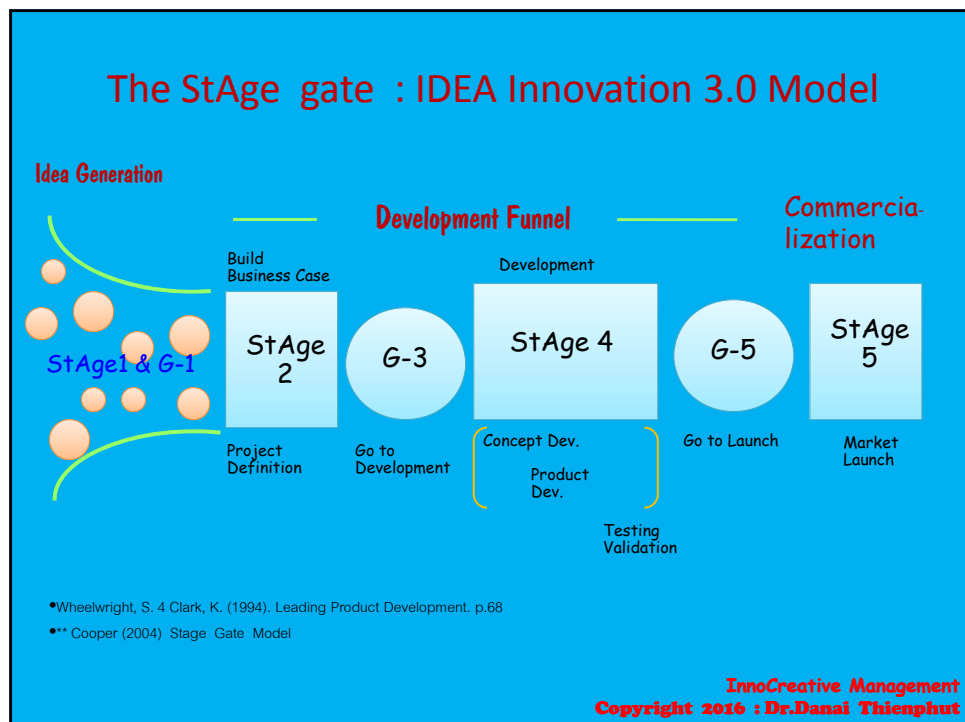
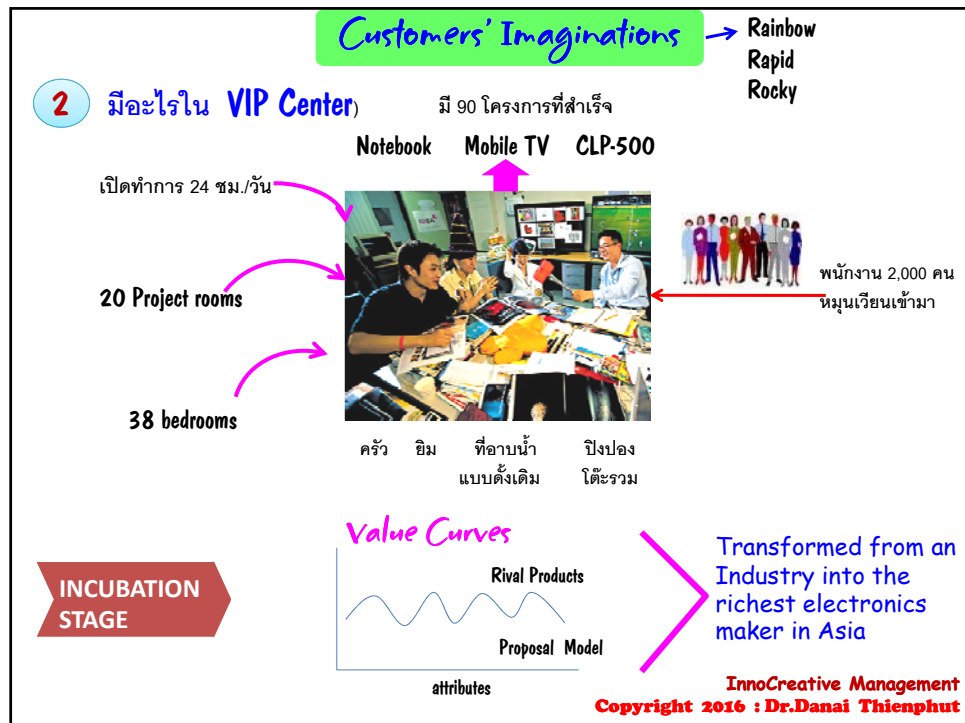
ก่อนพูดเราเป็นนายของ
คำพูด หลังจากพูดคำพูด
เป็นนายของเรา
“ท่านสามารถมีไอเดียนวัตกรรมที่
ดีที่สุดในโลก แต่ถ้าท่านไม่
สามารถทำให้ทุกคนตื่นเต้นใน
นวัตกรรมนั้นได้ มันจะมี
ความหมายอะไร”

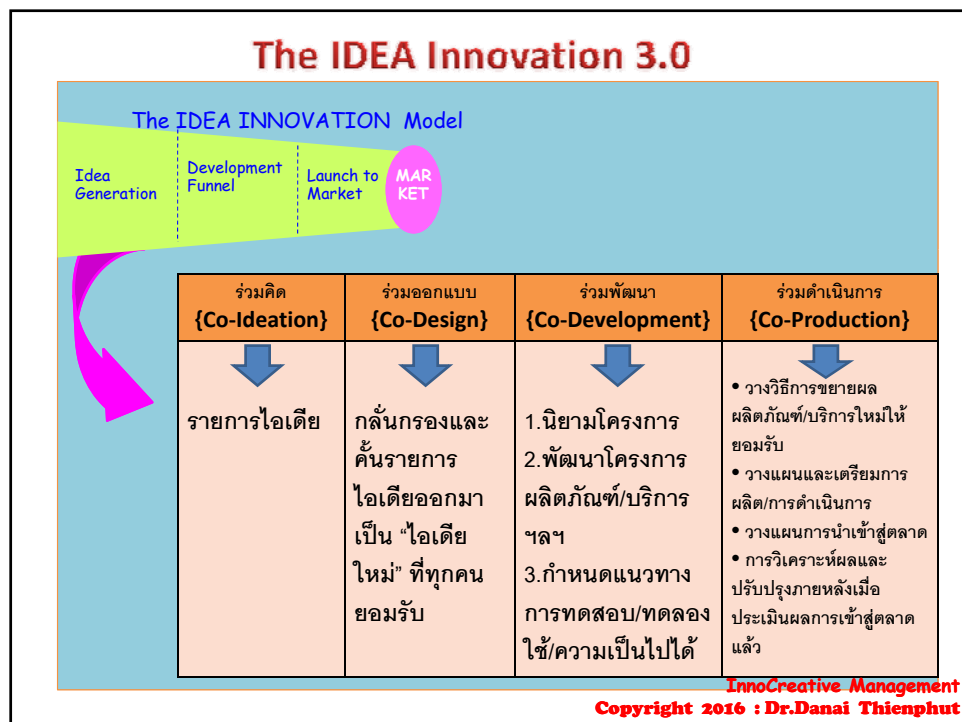
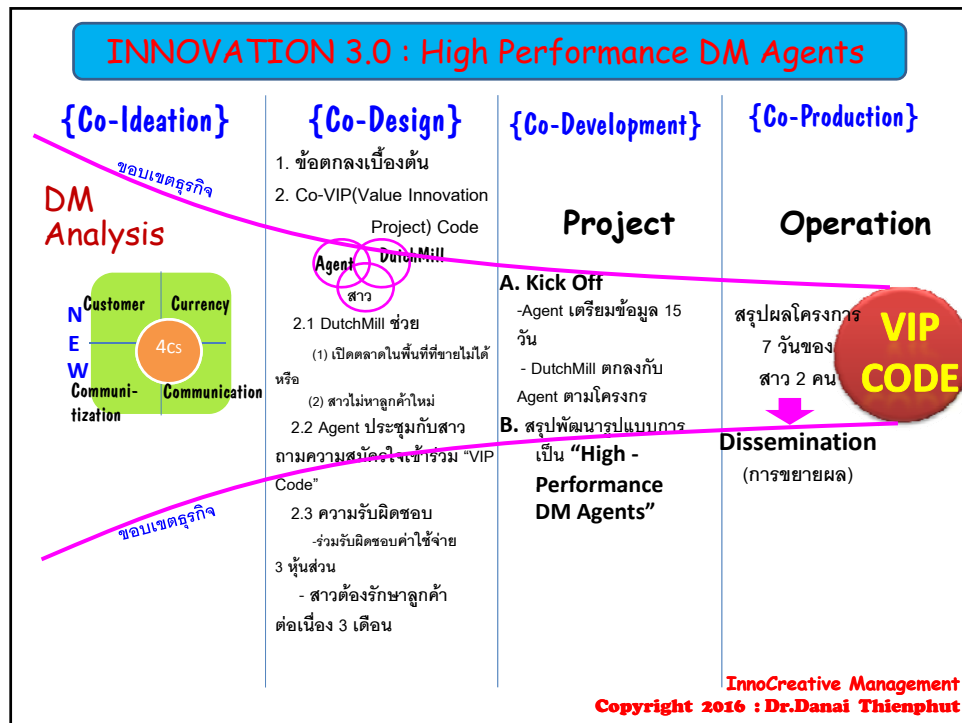
เคล็ดลับของ Steve Jobs คือ การคิดต่างในความบ้าคลั่งเพื่อเจาะทะลุวงสู่ความสำเร็จ

*ดนัย เทียนพุฒ.(2554). ไอเดีย & นวัตกรรมในธุรกิจ (2) : INNOVATION 3.01 หน้า 232-236

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut



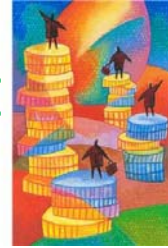




นวัตกรรมภาคปฏิบัติ

INNOVATION 3.01

Workshop

**IDEA GENERATION** => ร่วมคิด {Co-Ideation}

“แผ่นยาแต่ละลิ้นขจัดกลิ่นปาก”

ในการพิจารณาไอเดียใหม่ จะใช้เกณฑ์

- Differentiate (เพิ่มสารป้องกัน H_1, N_1 , สมุนไพร แผ่นไม่ติดกัน)
- Value (ระงับกลิ่นปาก ฆ่าเชื้อโรค ละลายในปากแต่ไม่ละลายในอากาศ)
- Customers (ใช้ง่าย แผ่นไม่ติดกัน ลดไวรัส)

ร่วมออกแบบ {Co-Design}

- SHAPE (ฉีกแนวคู่แข่ง)
- PACKAGING (ทันสมัย ป้องกันอากาศ)
- CUSTOMER SEGMENT
Gen Y (กลุ่มวัยหวาน) และ
เจนเนเรชั่น BRAVO
- BRAND NAME (กำลังคิด)
- SERIES (รสสมุนไพร รสพริก)

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

ร่วมพัฒนา {Co-Development}

- ☺ พัฒนาการสกัดสารจากเปลือกมังคุด
- ☺ พัฒนาการสกัดสารกระเพราป่า
- ☺ พัฒนาสูตรและทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ พร้อมยื่นขอสิทธิบัตร
- ☺ พัฒนาเทคโนโลยีสารขึ้นรูปและการบรรจุภัณฑ์
- ☺ ทดสอบตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ หาจุดด้อยมาพัฒนาฯ ปรับปรุง



InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

ร่วมดำเนินการ {Co-Production}

- ☺ วางแผนการผลิต
- ☺ หาผู้ร่วมผลิตสินค้า
- ☺ หาช่องทางจัดจำหน่าย
- ☺ วางตลาด/เก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้า
- ☺ นำมาปรับปรุงกระบวนการต่างๆ



☺ ประเมินผล

Product Strategy Gap

เรา

VS

คู่แข่ง

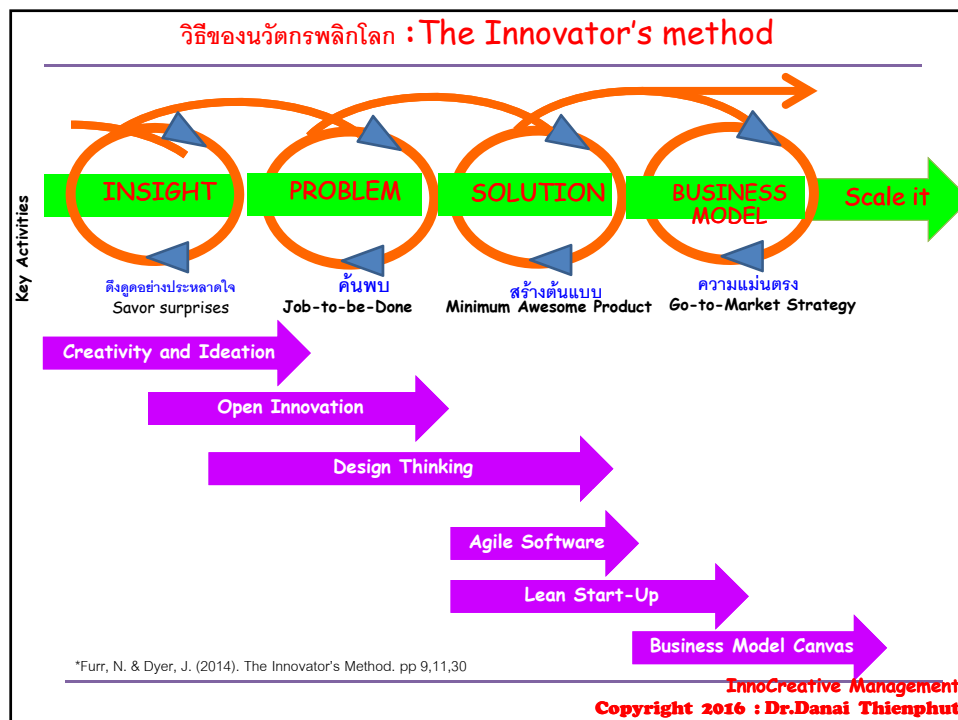
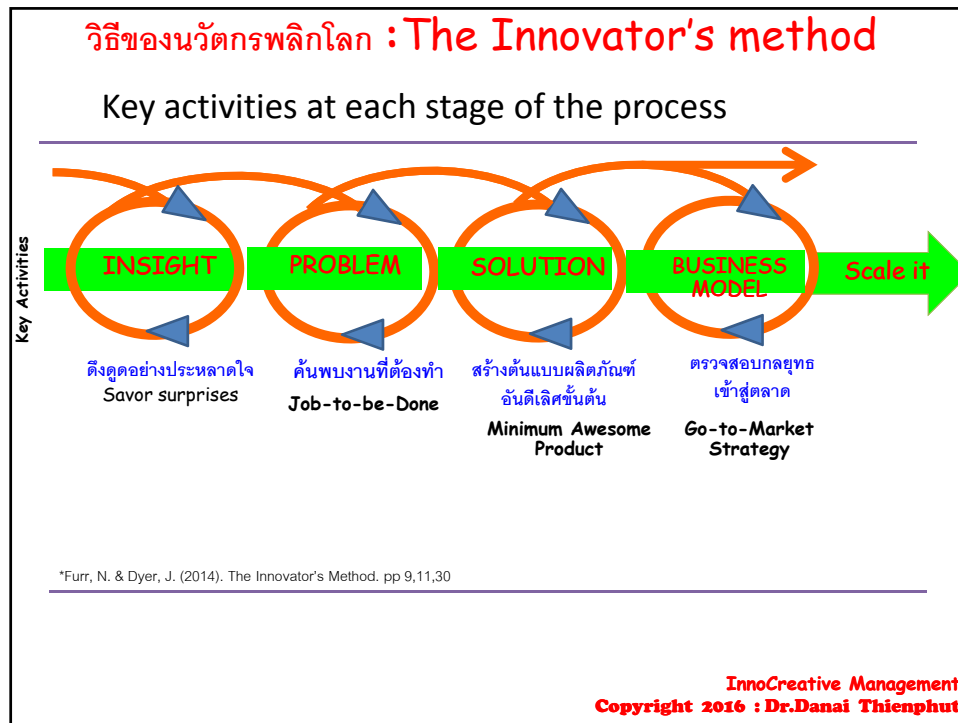
Value to customer

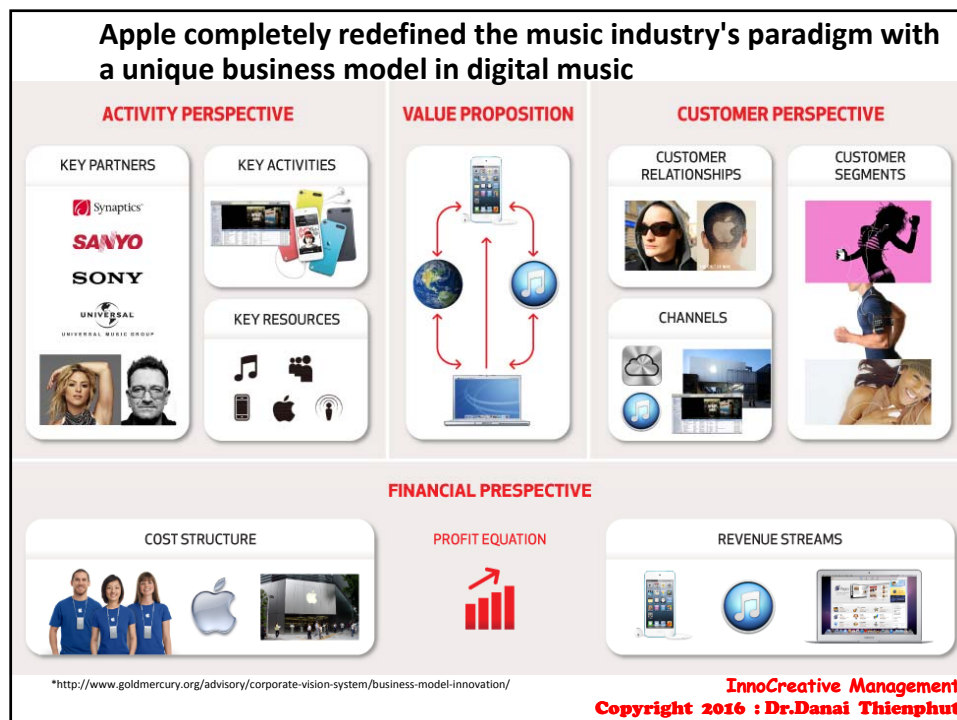
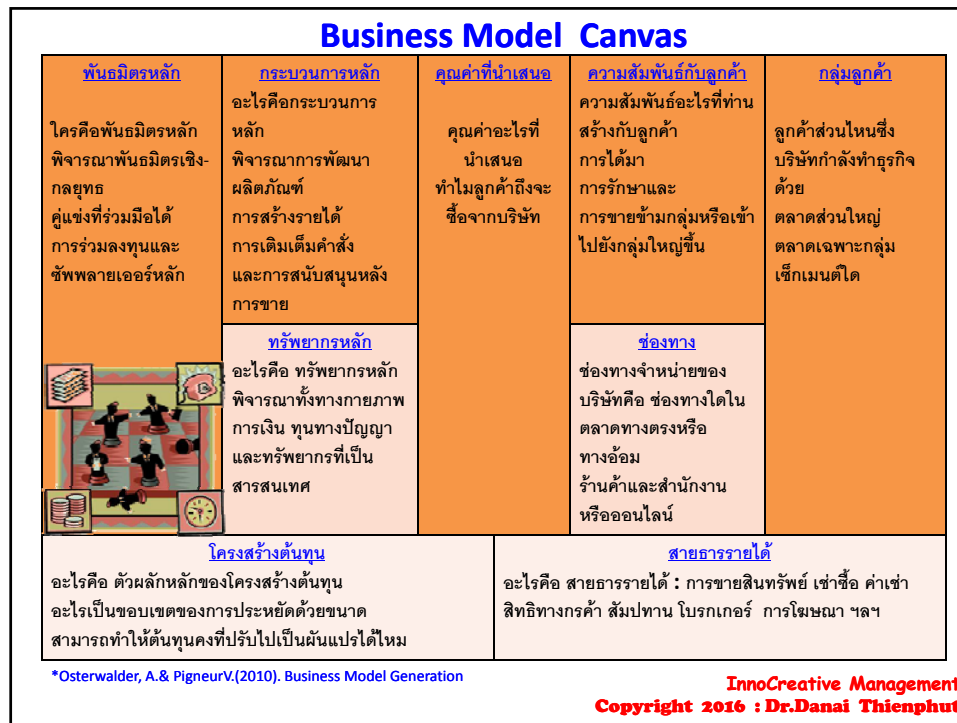
InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

Model of Innovation 3.01-รพ.อุดร กลุ่ม 4

ร่วมคิด {Co-Ideation}	ร่วมออกแบบ {Co-Design}	ร่วมพัฒนา {Co-Development}	ร่วมดำเนินการ {Co-Production}
รายการไอเดีย ความผูกพันในองค์กร E-PAPER สร้างความเชื่อมั่นศรัทธา ระบบนัดหมายล่วงหน้า ต่อยอดการต้อนรับ VIP/VI-POOR ระบบสวัสดิการ อาหารเพื่อ สุขภาพ (อาหารกลางวัน)	-นิยาม ระบบสวัสดิการอาหาร กลางวันเพื่อสุขภาพ Safe Food good Health -คุณค่า เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้รับ อาหารดีมีคุณภาพ ราคา ถูก สะดวก ประหยัดเวลา เจ้าหน้าที่มีสุขภาพดี มี ประสิทธิภาพ เป็นศูนย์เรียนรู้ ร้านอาหาร Clean Food good taste/ เมนูสุขภาพ	พัฒนาโครงการ สถานที่ / สิ่งแวดล้อม บุคลากร มาตรฐาน งบประมาณ ระยะเวลาดำเนินการ ศึกษาดูงาน กลุ่มเป้าหมาย (ตามที่กำหนด) ประเมินผล BMI	1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 2. กำหนดบริการ/เมนู/มื้อ เวลา/การส่ง สะดวก 3. กำหนดตัวตลับปอด สารพิษ 4. สื่อสารประชาสัมพันธ์ 5. มีช่องทางรับฟังข้อคิดเห็น 6. ประเมินโครงการแบบ 4 มิติ F C P L+G

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut





TRAINING & WORKSHOP

InnoCreative Management

for Business

การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ สำหรับธุรกิจ

“หัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดไอเดีย
ไปสู่นวัตกรรม จนนำไปสู่ตลาด”

12 มกราคม 2555
ณ ห้อง Board Room 4 ชั้น C ชั้น 3
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

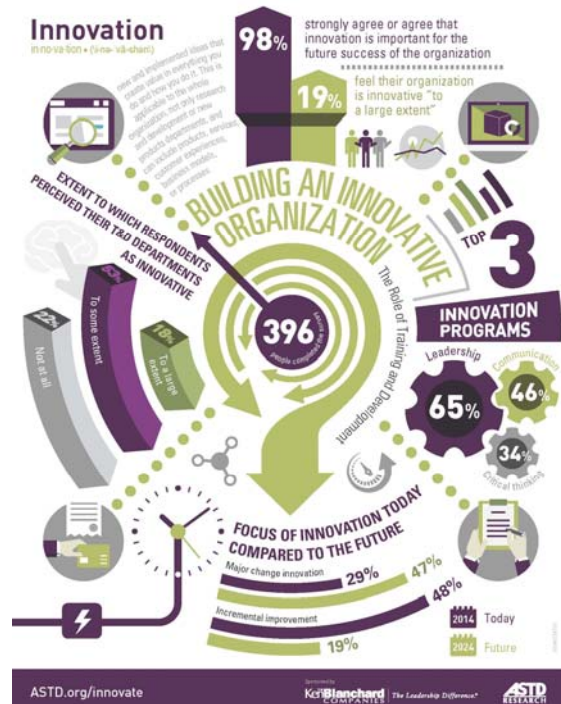
ดร. ดนัย เทียนพุฒ
วิทยากร

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

INNOVATIVE ORGANIZATION

InnoCreative Management
Copyright 2016 :
Dr.Danai Thienphut



The Innovator's Organization



*ถอดรหัสมาจาก Dyer, Gregerson & Chistensen. (2011). The Innovator's DNA

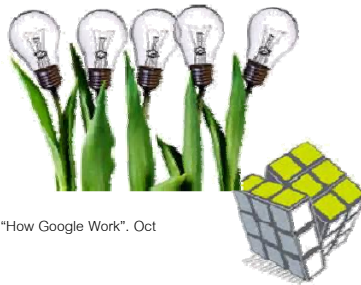
InnoCreative Management
Copyright 2016 : Dr.Danai Thienphut

บทเรียนจากบริษัทนวัตกรรมระดับโลก



คนที่สามารถมีผลกระทบอย่าง
ใหญ่หลวงกับทุกสิ่งเราเรียกว่า

Smart InnoCreative



Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016



ดึงดูดคนที่เป็น
"Smart InnoCreative"

"CULTURE CARE"

- สถานที่ทำงาน
- ทำและคิดเป็นทีม
- อยู่กับสโลแกนของท่าน
"AIM for the STARS"



Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net



บริหารกับคนที่มีผลกระทบสูงคือ
"ความยิ่งใหญ่ที่สุด"

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016



ผู้ลงทุนสร้างธุรกิจ
รายใหม่ ส่วนใหญ่
เริ่มต้นด้วย
“แผนธุรกิจ”

2st กลยุทธ์ (Strategy)

ทุกสิ่งในโลกนี้เปลี่ยนแปลง
รวดเร็ว

แผนธุรกิจสไตล์ **MBA**

เป็นสิ่งที่การันตีว่า
“นี่คือสิ่งผิดพลาดในบางวิธี
ที่สำคัญมาก”

*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016

“Smart InnoCreative” รู้ว่า แผนธุรกิจแบบทางการ
จะเป็นสิ่งขัดขวางความอิสระในการคิด

Think out of the BOX



Larry Page บอกว่า
... The Plan was **“Stupid”**

*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

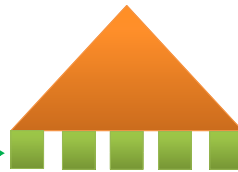
การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016

อย่าลงทุนทำธุรกิจกับแผนธุรกิจ

แต่ให้เริ่มธุรกิจบน **"Strategic foundation"**



พื้นฐานเชิงกลยุทธ์



ท่านสามารถมีแผนได้
แต่ต้องรู้ว่ามันจะต้อง
เปลี่ยนอย่างมาก

แผนเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหว
(Fluid)

พื้นฐานเป็นสิ่งที่มั่นคง
(Stable)

*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How
Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016

พื้นฐานที่ดีมี 3 เสาหลัก



สร้างสุดยอด
ผลิตภัณฑ์ที่อยู่บน
การหยั่งเห็น
เทคโนโลยีที่เป็น
หนึ่งเดียว



เพิ่มประสิทธิภาพ
เพื่อการเติบโต
ไม่ใช่รายได้



รู้จักการแข่งขัน
ไม่ใช่เป็นเพียง
ผู้ตาม

*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How
Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

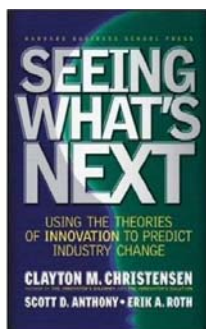
การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016

ไอเดียมาจากที่ไหนก็ได้



*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016



ดร.दनัย เทียนพุด

นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษาธุรกิจ

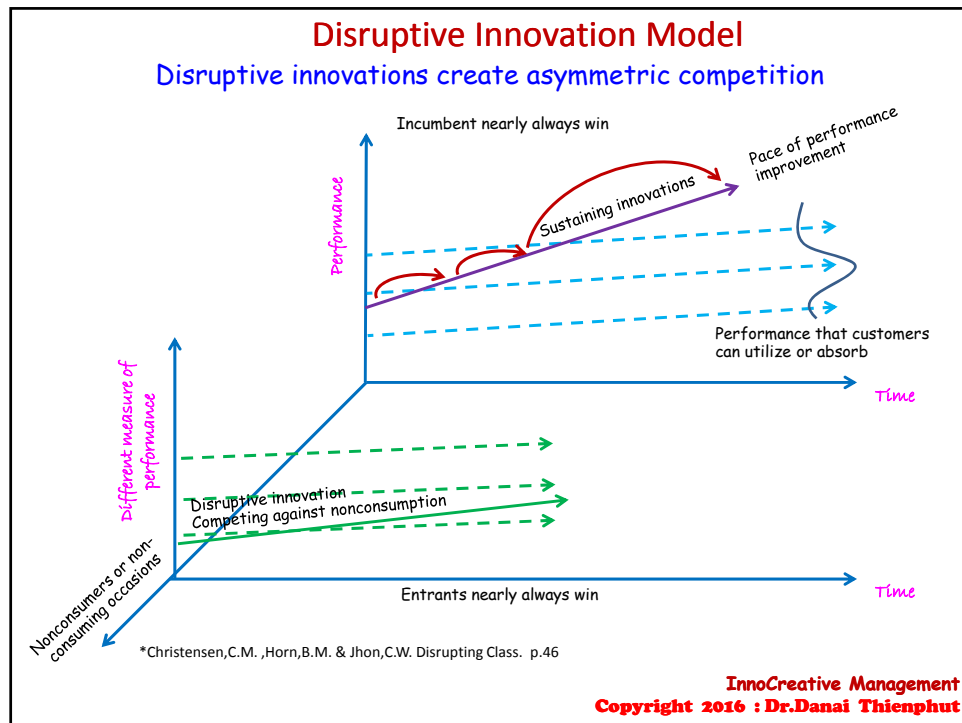
กรรมการบริหารหลักสูตร

ประกาศนียบัตรธรรมาภิบาลผู้บริหารระดับกลาง

สถาบันพระปกเกล้า

สงวนลิขสิทธิ์ 2559

InnoCreative Management
Copyright 2015 : Dr.Danai Thienphut



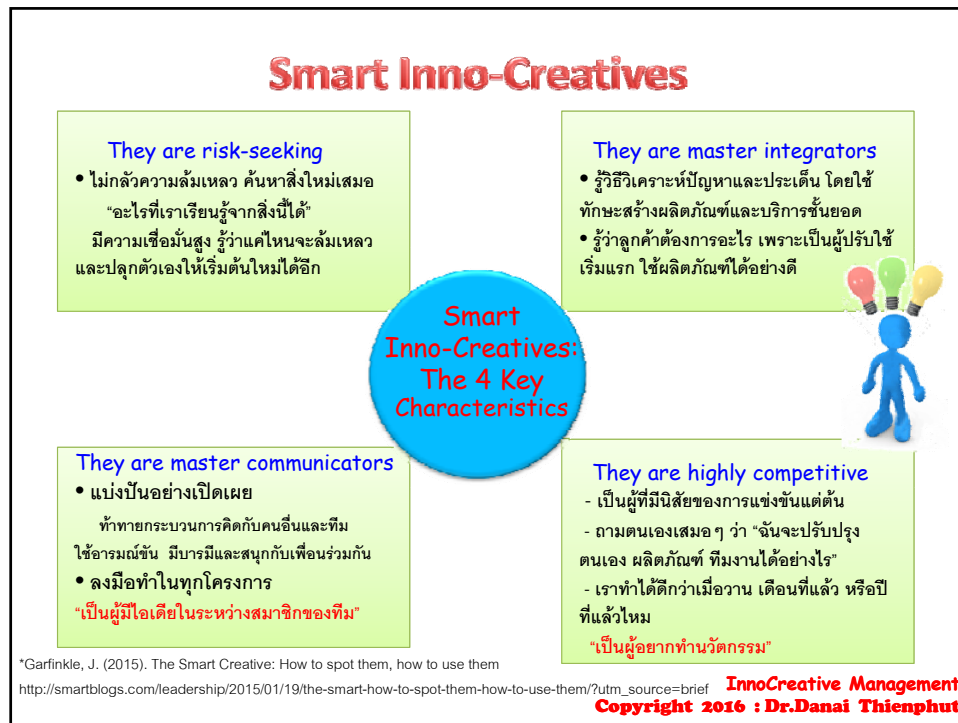
สิ่งที่ท่านต้องการ ทั้งหมดคือ

BIG IDEAS

ถามคำถาม สำคัญ อะไรที่สามารถ เป็นจริงได้ใน 5 ปี	จินตนาการในสิ่ง ที่ยังจินตนาการ ไม่ได้ (เพราะสิ่งที่ ไม่สามารถ จินตนาการได้ เกิดขึ้นเป็นจำนวน มาก)	เดิมพันกับ อนาคต การเดิม พันที่ยิ่งใหญ่ บางครั้งง่ายกว่า ทำสิ่งเล็กๆ	ค้นหา คนที่ดีที่สุด เข้ามา	ท่านพร้อม เริ่มต้นหรือยัง Are You Ready to get Started?
---	--	--	----------------------------------	---

*Schmidt, E. & Rosenberg, J. with Eagle, A. (2014). "How Google Work". Oct 12. www.slideshare.net

การพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
Dr.Danai Thienphut : Copyright 2016



Thanks for your time



Dr.Danai Thienphut

นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษา

www.drdanai.blogspot.com

<http://www.facebook.com/Strategy.th>

email: DrDanaiT@gmail.com

Line ID: thaland081