

DESIGN THINKING CHALLENGE



Waste → Value → Future Business

เปลี่ยน “ของเหลือทิ้ง”
ให้เป็น “ทรัพยากรใหม่”
และ “โอกาสทางธุรกิจ”



WASTE

ของเหลือทิ้ง



VALUE

ทรัพยากรใหม่



FUTURE BUSINESS

โอกาสทางธุรกิจ



Design Thinking × BCG × AI





CHALLENGE

 ถ้าคุณได้รับของที่คนอื่นกำลังจะทิ้ง...
คุณจะเปลี่ยนมันให้เป็นอะไรที่
“คนยอมจ่ายเงินซื้อ” ?



เศษผ้า /
เส้นใย



กากกาแฟ



เปลือกผลไม้



เศษไม้ /
ขี้เลื่อย



พลาสติก
เหลือใช้



“ วันนี้เราไม่ได้แข่งขันกันว่าใครประดิษฐ์ของได้สวยที่สุด
แต่แข่งขันกันว่าใครสามารถมองเห็น **คุณค่าใหม่** จากสิ่งที่คนอื่นมองว่า**ไม่มีค่า** ”



เปลี่ยนวิธีคิด...เปลี่ยนอนาคต

มอง “ของเหลือทิ้ง” ให้เป็น “ทรัพยากรใหม่” สร้างคุณค่า และสร้างธุรกิจ



OLD MINDSET



ของเหลือ = ขยะ



กำจัด / ทิ้ง



NEW MINDSET



ของเหลือ = Resource



Innovation



Value Added



Business Opportunity



Don't see **WASTE**. See **OPPORTUNITY**.



BCG ไม่ใช่แค่ “รักษ์โลก”

$$\text{B} + \text{R} + \text{G} = \text{G} = \text{BUSINESS OPPORTUNITY}$$

BIO

เพิ่มมูลค่า
ทรัพยากรชีวภาพ



จากทรัพยากรธรรมชาติ
สู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

CIRCULAR

หมุนเวียนทรัพยากร
ให้เกิดคุณค่าสูงสุด



ใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า
เกิดประโยชน์สูงสุด

GREEN

สร้างธุรกิจที่ลด
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ลดการปล่อย
คาร์บอน

ใช้พลังงาน
สะอาด

ผลิตเป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม

เติบโตทางธุรกิจ
อย่างยั่งยืน

BCG = สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ + สังคม + สิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างวัตถุดิบ

☕ “กากกาแฟ”

กากกาแฟทำอะไรได้บ้าง ?

💡 ลองคิดกันก่อน!



กากกาแฟ

ของเหลือจากการชงกาแฟ
ที่มีมากมาย
และมักถูกทิ้งเป็นขยะ



★ ประเด็นสำคัญ



วัตถุดิบเดียวกันสามารถสร้าง
Business Idea ได้หลายแบบ
ขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังแก้ปัญหาให้ **‘ใคร’**



มาดูกัน! กากกาแฟสามารถเปลี่ยนเป็นอะไรได้บ้าง



กากกาแฟ



วัสดุชีวภาพ

เป็นทรัพยากร
ชีวภาพที่มีคุณค่า



ของใช้ /
กระถาง /
วัสดุตกแต่ง

ขึ้นรูปเป็นของใช้
หรือของตกแต่ง



ผลิตภัณฑ์
ดูแลผิว

สครับ / มาส์ก /
สบู / แชมพู



ปุ๋ย /
วัสดุปลูก

เพิ่มธาตุอาหาร
ให้ดินและพืช



Lifestyle
Product

สินค้าสำหรับ
ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่

นี่คือจุดเริ่มต้นของ
DESIGN THINKING





อย่าเริ่มจาก “เราจะทำอะไรดี?”

แต่ให้เริ่มจาก

♥ “ลูกค้ามีปัญหาอะไร?”



“ Fall in love with the **PROBLEM**, not your **IDEA**. ”

STEP 1



EMPATHIZE

อย่าเพิ่งคิดสินค้า!



ให้คิด 2 เรื่องก่อน



1 Understand MATERIAL

เรามีอะไร?



- คุณสมบัติ?
- จุดแข็ง?
- จุดอ่อน?
- ย่อยสลายได้ไหม?
- นำกลับมาใช้ใหม่ได้ไหม?
- มีคุณค่าอะไรซ่อนอยู่?

2 Understand PEOPLE

ใครน่าจะเป็นลูกค้า?



คนทำงาน



Gen Z



ผู้สูงอายุ



คนรักสุขภาพ



นักท่องเที่ยว



ครอบครัว

คำถามใหญ่

เรามี **Pain Point** อะไร?



เข้าใจ “วัสดุ” และ “คน” ก่อน แล้วปัญหาจะชัด โอเคเดียวจะใช้!



STEP 2



DEFINE

จาก “ปัญหา” → “โอกาส”



MATERIAL PROBLEM

ของเหล่านี้อาจมีปัญหาอะไร?



-
-
-
-

CUSTOMER PROBLEM

ลูกค้ามีปัญหาอะไร?



-
-
-
-

BUSINESS OPPORTUNITY



โอกาสทางธุรกิจ

HOW
MIGHT WE...?



“

เราจะนำ “กากกาแฟเหลือทิ้ง”
มาสร้างเป็น “ผลิตภัณฑ์ Lifestyle”
สำหรับ “คนเมือง”
เพื่อสร้างคุณค่าตาม Circular Economy
และช่วยลดขยะชุมชนได้อย่างไร?

”



STEP 3



IDEATE

ตอนคิดไอเดีย...อย่าเพิ่งบอกว่า “ทำไม่ได้”



กติกา 4 ข้อ

1



Quantity First
คิดให้เยอะก่อน

2



No Judgment
ยังไม่วิจารณ์

3



Crazy Ideas Welcome
ยิ่งแปลกยิ่งดี

4



Build on Ideas
ต่อยอดความคิดเพื่อน



ภารกิจ

สมาชิกแต่ละคน
อย่างน้อย

5 IDEAS



ใช้  **DOT VOTING**



เลือก **1**
Winning Idea



“ ไอเดียดี = ไอเดียที่ช่วยแก้ปัญหา + สร้างคุณค่า + เป็นไปได้ในชีวิตจริง ”





AI = Creative Partner



ถ้าคิดไม่ออก...ถาม AI

AI สามารถช่วย



Generate Ideas

สร้างไอเดียใหม่ ๆ ได้หลากหลาย



Customer Persona

เข้าใจลูกค้าเป้าหมายลึกขึ้น



Market Analysis

วิเคราะห์ตลาดและแนวโน้ม



Brand Name

ช่วยตั้งชื่อแบรนด์ / สโลแกน



Packaging Idea

ไอเดียบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ



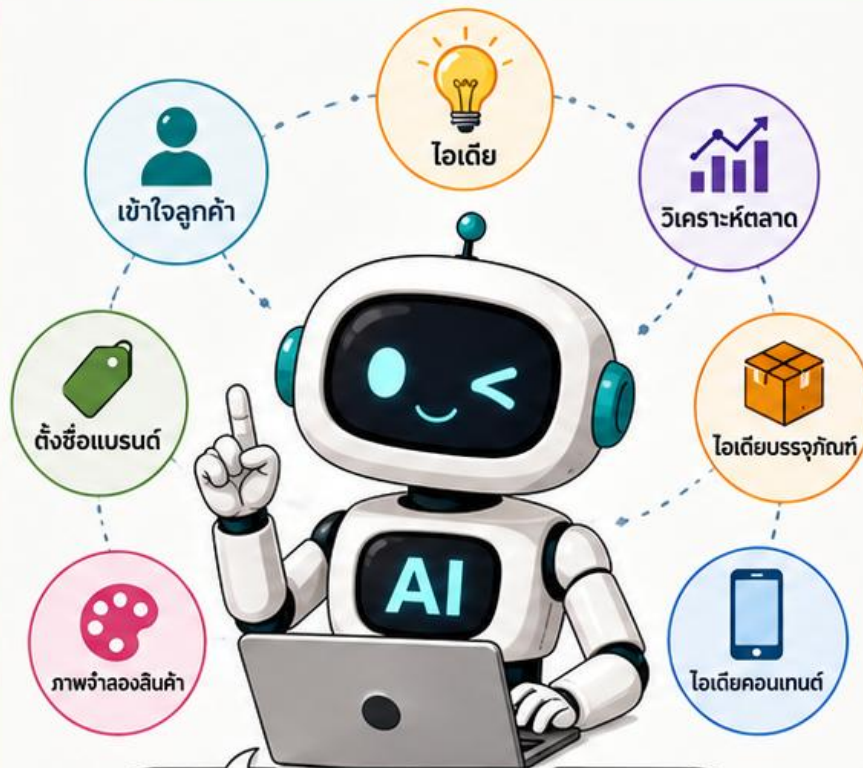
Product Visualization

ภาพจำลองสินค้า / Mood & Tone



Content Idea

ไอเดียคอนเทนต์ / การตลาดออนไลน์



ให้ AI เป็นผู้ช่วย
แต่การตัดสินใจเป็นของเรา!

ตัวอย่าง Prompt:

“ช่วยเสนอ 10 ไอเดีย
ผลิตภัณฑ์จากกากกาแฟเหลือทิ้ง
สำหรับคนวัยทำงานอายุ 25-40 ปี
โดยเน้น Circular Economy
และสามารถพัฒนาเป็น
ธุรกิจขนาดเล็กได้”



AI ช่วยคิด — แต่คนต้องเลือกและตัดสินใจ

STEP 4



PROTOTYPE

“ทำให้ไอเดียมองเห็นได้”



Prototype วันนี้ **ไม่ต้อง**เป็นสินค้าจริง

ให้ตอบได้ว่า



Prototype $\neq$ Perfect Product
Prototype = Something we can **TEST**.



WHAT?

สินค้าคืออะไร?



WHO?

ขายใคร?



WHY?

แก้ปัญหาอะไร?



VALUE?

ทำไมลูกค้าต้องซื้อ?



BCG?

ช่วยโลกอย่างไร?



HOW TO SELL?

ขายที่ไหน?



ไอเดีย



สเก็ตช์



โมเดลจำลอง



ทดสอบกับ
กลุ่มเป้าหมาย



ปรับปรุง



พร้อม
นำเสนอ



STEP 5



TEST & PITCH

ทดสอบไอเดียจากคนจริง • รับฟีดแบ็ก • ปรับให้ดีขึ้น



คุณมีเวลา
3 นาที!



Pitch ให้ตอบ 6 เรื่อง

1

WASTE

เราได้อะไร?



- ✓ วัตถุดิบเหลือทิ้งอะไร?
- ✓ ปริมาณเท่าไร?
- ✓ ปัญหาของของเหลือทิ้งคืออะไร?

2

CUSTOMER

ลูกค้าคือใคร?



- ✓ กลุ่มเป้าหมายหลักคือใคร?
- ✓ ลักษณะ/พฤติกรรมเป็นอย่างไร?
- ✓ เขาอยู่ที่ไหน?

3

PAIN POINT

เขามีปัญหาอะไร?



- ✓ ปัญหา/ความต้องการของลูกค้าคืออะไร?
- ✓ ปัญหานั้นสำคัญแค่ไหน?
- ✓ ตอนนี้เขาแก้ปัญหาได้อย่างไร?

4

SOLUTION

เราสร้างอะไร?



- ✓ สินค้า/บริการของเราคืออะไร?
- ✓ ทำงานอย่างไร?
- ✓ จุดเด่น/แตกต่างจากเดิมคืออะไร?

5

BCG VALUE

สร้างคุณค่าอย่างไร?



- ✓ BIO: ใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างไร?
- ✓ CIRCULAR: หมุนเวียน/ลดของเสียอย่างไร?
- ✓ GREEN: ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร?

6

BUSINESS

ทำไมมีคนยอมจ่าย?



- ✓ คุณค่าอะไรที่ลูกค้าจะได้รับ?
- ✓ โมเดลรายได้คืออะไร?
- ✓ ทำไมราคานี้ลูกค้ายอมจ่าย?



COFFEE FOR EARTH

จากกากกาแฟ สู่คุณค่าใหม่



- ✓ ลดขยะ
- ✓ รักโลก
- ✓ สร้างรายได้
- ✓ ให้ชุมชน



Tips for Pitch Success

- ✓ ชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- ✓ เล่าเรื่องให้คนอื่น
- ✓ โชว์ภาพ/ตัวอย่างให้เห็นภาพ
- ✓ จบด้วย Hook ที่น่าจดจำ



คุณพร้อม
นำเสนอแล้ว!

“ อย่างกลัวการทดสอบ เพราะทุกความคิดเห็น คือ โอกาสในการพัฒนา ”

สูตรสำเร็จของ CHALLENGE ☆



เราไม่ได้กำลังสร้าง “ของจากขยะ”
เรากำลังสร้าง “ธุรกิจจากโอกาสที่คนอื่นมองไม่เห็น”

เกณฑ์การประเมิน Design Thinking Challenge

Rubric 3 ระดับ 5 ประเด็น รวม 15 คะแนน

คะแนนรวม
20 คะแนน

ประเด็นประเมิน	3 คะแนน (ดีมาก)	2 คะแนน (ดี)	1 คะแนน (ควรพัฒนา)	คะแนน
1  Customer & Pain Point การเข้าใจลูกค้าและปัญหา	ระบุกลุ่มลูกค้าชัดเจน เข้าใจ Pain Point และความต้องการอย่างลึกซึ้ง	ระบุกลุ่มลูกค้าและ Pain Point ได้ แต่ยังไม่ชัดเจนบางส่วน	กลุ่มลูกค้าหรือ Pain Point ไม่ชัดเจน และไม่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์	3
2  Innovation & Creativity ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	เปลี่ยนวัสดุเหลือใช้เป็นแนวคิดใหม่ มีความโดดเด่น แตกต่าง และสร้างคุณค่าใหม่ได้ชัดเจน	มีการต่อยอดวัสดุและมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังคล้ายสิ่งที่มียู่	แนวคิดทั่วไป การเพิ่มคุณค่าจากวัสดุเหลือใช้ยังไม่ชัดเจน	3
3  BCG & Waste-to-Value การเชื่อมโยง BCG และการสร้างคุณค่า	เชื่อมโยง Bio-Circular-Green ได้ชัดเจน และแสดงการเปลี่ยน Waste → Value อย่างเป็นรูปธรรม	เชื่อมโยง BCG ได้บางมิติ และเห็นแนวทางลดของเสีย/เพิ่มมูลค่า	เชื่อมโยง BCG ได้น้อย หรือยังไม่เห็นผลด้านสิ่งแวดล้อม	3
4  Business Potential & Value Proposition ศักยภาพทางธุรกิจและคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับชัดเจน มีโอกาสขายจริง และเห็นแนวทางสร้างรายได้	มีแนวคิดทางธุรกิจและกลุ่มตลาด แต่ความเป็นไปได้ยังไม่ชัดเจนบางส่วน	ยังไม่ชัดเจนว่าลูกค้าจะซื้อเพราะอะไร หรือพัฒนาเป็นธุรกิจได้อย่างไร	3
5  Prototype & Pitch ต้นแบบและการนำเสนอ	Prototype สื่อแนวคิดชัดเจน นำเสนอน่าสนใจ กระชับ และตอบครบ ภายใน 3 นาที	Prototype และการนำเสนอเข้าใจได้ แต่ยังขาดรายละเอียดบางส่วน	Prototype ยังไม่สื่อแนวคิด การนำเสนอไม่ชัดเจน หรือไม่ครบประเด็น	3
คะแนนกรรมการ (รวม 5 ประเด็น)				15 คะแนน



Audience Vote

คะแนนโหวตจากผู้เข้าร่วม

แต่ละคนมี 1 Vote สำหรับทีมที่คิดว่า “ถ้ามีสินค้านี้ขายจริง...คุณอยากซื้อ หรือสนับสนุนมากที่สุด”

ผลโหวต	 อันดับ 1	 อันดับ 2	 อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5 เป็นต้นไป
คะแนน	5 คะแนน	4 คะแนน	3 คะแนน	2 คะแนน	1 คะแนน

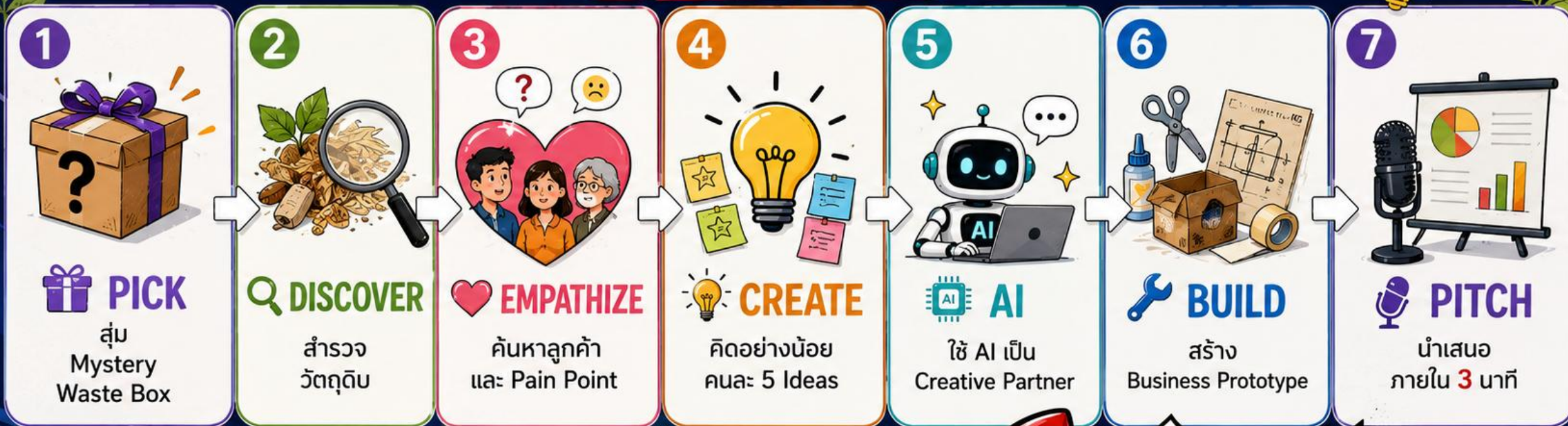
คะแนนโหวต (สูงสุด)
5 คะแนน

คะแนนรวมทั้งหมด = **20** คะแนน



YOUR CHALLENGE STARTS NOW!

กติกา



3



2



1



LET'S
INNOVATE!