

### Life-Centric Design

Life-Centric Design หรือ Planet-Centric Design เป็นแนวทางใหม่ในการสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่ให้ความสำคัญถึงทุกเรื่องรอบโลกใบนี้ เช่น ธรรมชาติ, สิ่งแวดล้อม, ชุมชน, สังคม มากกว่าเรื่องของลูกค้า หรือเรื่องของผู้ใช้บริการ (User) เพียงอย่างเดียว เพื่อการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน



#### Type of Innovation

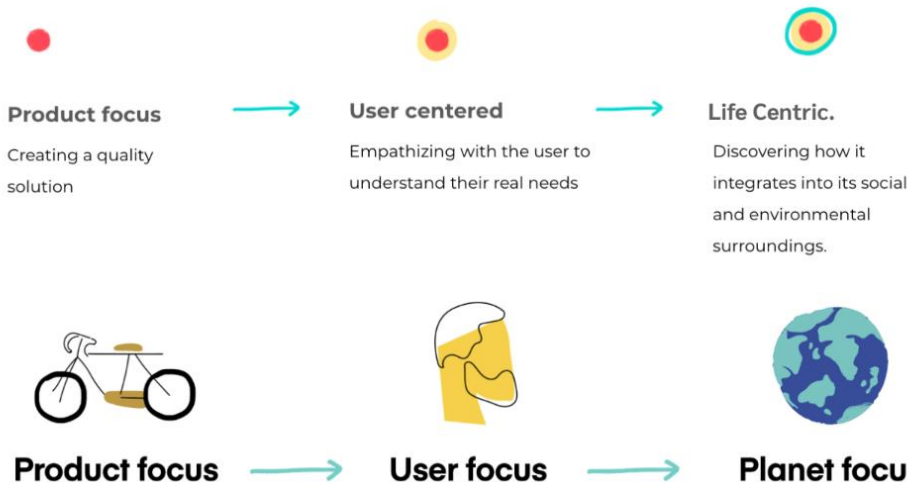
ประเภทของการทำนวัตกรรม ได้แก่

1. Product Innovation: นวัตกรรมสินค้า
2. Process Innovation: นวัตกรรมด้านกระบวนการ
3. Service Innovation: นวัตกรรมบริการ
4. Business Model: นวัตกรรมผ่านรูปแบบการทำธุรกิจใหม่ ๆ

### I. WHY: ทำไมต้องทำ Life-Centric?

#### วิวัฒนาการของการออกแบบ

เริ่มจากการมุ่งเน้นที่สินค้าเป็นหลัก (Product Focus) ต่อมาจึงเริ่มให้ความสำคัญและทำความเข้าใจกับความต้องการของ “ลูกค้า” (User) อย่างละเอียด มาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบสินค้า (User Centered) ท้ายที่สุด จึงเกิดแนวคิด Life-Centric หรือ Planet-Centric ที่จะพยายามให้ความสำคัญกับรายละเอียด ที่เกิดจากความเกี่ยวข้องจากการเชื่อมโยงผลกระทบและผลที่ติดตามมาของ “คน กับ โลก”



ดังนั้น เราจึงต้องเปลี่ยนวิธีคิด เพราะตอนนี้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น

- **ลูกค้า** ที่มีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น
- **ธุรกิจ** ที่ได้รับอิทธิพลจากบริบทต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น สภาพสังคม ที่มีอัตราการเกิดลดลง จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น, สภาวะเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้น, กฎหมาย ข้อจำกัดต่างๆในการทำการค้า, คู่ค้า, ตลาด, สภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ฯลฯ
- **โลก** เช่น สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป อุณหภูมิในโลกที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น



## II. HOW: จะออกแบบต้องคิดถึงอะไรบ้าง?

### ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการทำ Planet-Centric Design



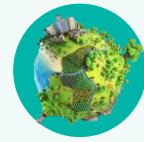
#### USER

ลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้าหรือบริการ  
ของเรา



#### NON-USER

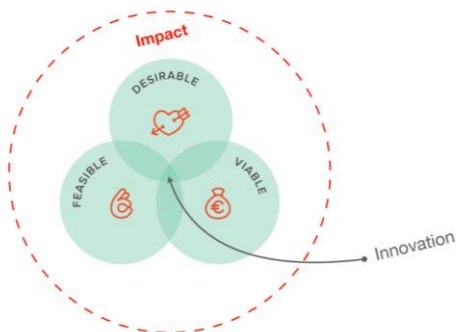
ผู้ที่อยู่โดยรอบธุรกิจของเรา แต่ไม่ใช่ลูกค้า  
หรือยังไม่ได้ใช้สินค้าหรือบริการของเรา



#### NON-HUMAN

สิ่งแวดล้อมโดยรอบหรือในบริเวณใกล้เคียง  
ที่ตั้งธุรกิจของเรา ที่ไม่เป็นบุคคล

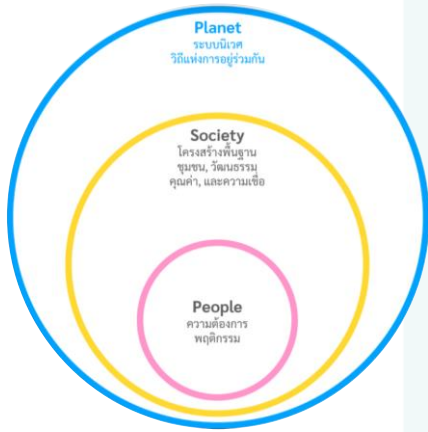
### สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสร้างนวัตกรรม



- **Desirable:** นวัตกรรมนั้นต้องเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค
- **Viale:** นวัตกรรมนั้นต้องทำเป็นธุรกิจได้จริง สามารถทำรายได้สร้างกำไรได้
- **Feasible:** สามารถทำได้จริง ดำเนินการได้จริง ในเชิงกระบวนการดำเนินการต่างๆ

เมื่อมีครบใน 3 สิ่งนี้ สามารถจะทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้นได้

แต่ไม่เพียงแค่นั้น 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้น เรายังต้องคำนึงถึง Impact หรือผลกระทบต่อสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ด้วย



## PEOPLE

ผลกระทบ (Impact) จากการสร้างนวัตกรรมต่อสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือ People นั่นคือ คำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของคน ตัวอย่างแนวคิด เช่น เราจะทำอย่างไร เพื่อให้คนสามารถเลือกสิ่งที่ดีให้กับตนเอง และคนอื่น ๆ ได้? หรือ เราจะทำอย่างไรจึงจะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมคนได้ เช่น ทำอย่างไรให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมการจับรถเร็ว วิธีการที่ใช้อาจจะให้ครูอุปนิสัย เป็นการใช้ Fear Factor เพื่อให้ลด ละ เลิก พฤติกรรมดังกล่าว เป็นต้น



## SOCIETY

เราจะทำอย่างไร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้? เช่น เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน เปลี่ยนรูปแบบของการใช้บริการ สามารถทำให้เกิดธุรกิจในรูปแบบใหม่



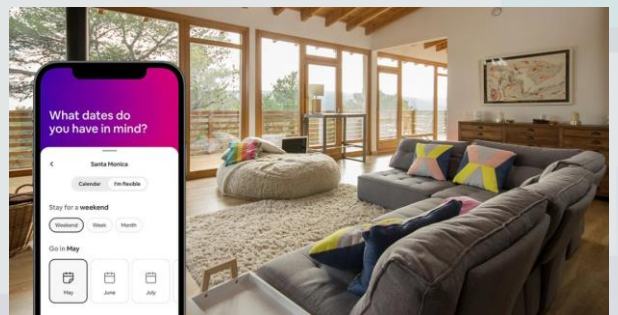
## PLANET

เราจะทำอย่างไร เพื่อให้สามารถลดการใช้ทรัพยากร และลดผลกระทบต่อ “โลก” ได้? เช่น ใช้ทรัพยากร ที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และลดการสิ้นเปลืองต่าง ๆ

## ตัวอย่างของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโมช ที่ดำเนินในรูปแบบ Planet-Centric

### 1 | Airbnb

สามารถตอบสนองความต้องการของคน ไปพร้อมกับการเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน และลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง กล่าวคือ มีทั้งคนที่ต้องการหาที่พักในราคาไม่สูง และมีอีกกลุ่มคนที่มีบ้านพักหรือห้องพักที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์อยู่ Airbnb สามารถเชื่อมโยงคนทั้ง 2 กลุ่มเข้ามาเจอกันได้ ไม่ใช่เพียงแค่นั้น ยังสามารถเชื่อมโยงให้เกิดกิจกรรมกับคนในหลาย ๆ กลุ่มได้จากบริการบนแพลตฟอร์ม เช่น สามารถไปเที่ยว และเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับคนท้องถิ่นได้ ยิ่งไปกว่านั้น ยังสามารถลดทรัพยากรสิ้นเปลืองบางอย่างได้ เช่น ถ้าคนไปพักโรงแรม ทานอาหารเช้าเหลือ ก็ต้องทิ้งไป แต่การพักที่พักของ Airbnb หากทานไม่หมด สามารถเก็บเข้าตู้เย็นไว้ มากินมื้อต่อ ๆ ไปได้



## 2 | Tomorrowland

เทศกาลดนตรีชื่อดัง จัดขึ้นที่ประเทศเบลเยียม เป็นหนึ่งในเป้าหมายของผู้ที่ชื่นชอบเทศกาลดนตรีทั่วโลก โดยจะมีระยะเวลาในการจัด 3 วัน ต่อครั้ง ด้วยความที่งาน Tomorrowland ที่จัดขึ้นในแต่ละครั้ง มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนกว่าแสนคน ทำให้ผู้จัดงานต้องหาพื้นที่จากคนท้องถิ่นกว่า 20 ราย เพื่อเป็นพื้นที่จัดงาน แน่นอนว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาได้คือ ขยะ มลภาวะทางเสียง การใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง หรืออื่น ๆ อีกมากมาย ทั้งนี้งาน Tomorrowland คำนึงถึงผลกระทบเหล่านี้ และมีตัวอย่างการจัดการที่ดีในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้



**การจัดการขยะ:** งาน Tomorrowland ทำให้เกิด startup เจ้าใหม่ ชื่อ **Love Tomorrow** ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มุ่งเน้นเรื่องความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม โดย Love Tomorrow มาร่วมให้บริการจัดการขยะภายในงาน Tomorrowland เริ่มตั้งแต่จัดงาน จะมีการแจกระบบกล่องยังชีพสำหรับรีไซเคิล (The Recycle Kit) ให้กับผู้เข้าร่วม ประกอบด้วยคู่มือในการแยกขยะแต่ละประเภท ที่คิดไว้อย่างครอบคลุมว่าจะมีขยะชนิดใดบ้างเกิดขึ้นจากการร่วมงาน พร้อมวิธีการ รวมถึงจุดใจด้วยการให้ผลประโยชน์จากการจัดการขยะดังกล่าว ซึ่งในแต่ละปีของการจัดงานก็อาจจะมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไป แต่โดยรวมแล้ว ได้มีการผนวกการดูแลสิ่งแวดล้อมไว้เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่มุ่งใจให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกอยากเป็นส่วนหนึ่งในการลงมือทำ ไม่เพียงเป็นการเชิญชวนให้แยกขยะ แต่ยังปลูกจิตสำนึกของคนไปด้วย



**ทรัพยากรน้ำที่ใช้ในห้องน้ำ:** จากเดิมใช้ระบบแบบปกติ ต้องใช้น้ำ 9 ลิตรต่อการเข้าห้องน้ำ 1 ครั้ง แต่ Tomorrowland ใช้น้ำแค่ 1.2 ลิตรต่อการเข้า 1 ครั้ง เพียงเปลี่ยนเป็นการใช้ระบบ Vacuum แบบที่เราใช้กันบนเครื่องบิน



The organizers have also replaced chemical toilets with vacuum equivalents that require just 1.2 liters of water per use. Their chemical counterparts need around 9 liters.

Foto: Bas Uterwijk

ตัวอย่างเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่า Tomorrowland คำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ และนำเสนอแปลงออกมาเป็นกิจกรรมที่ เชิญชวนให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมกันปฏิบัติ และยังทำให้ผู้ร่วมงานไม่รู้สึกว่าทำลายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

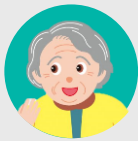
### III. WHAT: เราจะต้องใช้อะไรบ้างในการออกแบบ?



#### USER

ลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้าหรือบริการ  
ของเรา

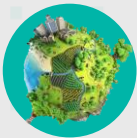
- ใคร? คือลูกค้าของธุรกิจเรา
- เขามีลักษณะแบบไหน? ชอบ หรือไม่ชอบอะไร?
- เขามีความต้องการอะไร?
- เขามีอุปสรรคอะไรที่ต้องการให้เราช่วย?



#### NON-USER

ผู้ที่อยู่โดยรอบธุรกิจของเรา แต่ไม่ใช่ลูกค้า  
หรือยังไม่ได้ใช้สินค้าหรือบริการของเรา

- ใคร? ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อธุรกิจเรา
- เขาเก่งอะไร? ถนัดอะไร? มีอะไรที่น่าสนใจ?
- เขาอาจต้องการอะไร? จากเรา
- และเรา อาจต้องการบางอย่างจากเขา?



#### NON-HUMAN

สิ่งแวดล้อมโดยรอบหรือในบริเวณ  
ใกล้เคียงที่ตั้งธุรกิจของเรา ที่ไม่เป็นบุคคล

- มีอะไรอีกบ้าง ที่ไม่เป็นบุคคล เช่น สัตว์, สถานที่,  
สิ่งของ, ธรรมชาติ ที่อยู่โดยรอบธุรกิจของเรา
- สิ่งเหล่านั้น ต้องการอะไร จากธุรกิจของเราบ้าง?
- เราสร้างผลกระทบอะไรต่อสิ่งนั้น?
- สิ่งนั้นส่งผลกระทบอย่างไรกับธุรกิจของเรา?
- Non-Human นั้น ปัจจุบัน อยู่ในสภาพไหน (เช่น  
สมบูรณ์ดี เริ่มทรุดโทรม หรือทรุดโทรม)



#### MAP AND AREA BASE

แผนที่และบริเวณที่อยู่ของ  
USER, NON-USER, NON-HUMAN

- ต้องระบุได้ว่าเป็น User, Non-User หรือ  
Non-Human และระบุได้ว่าอยู่ที่ไหน?
- กรณีเป็น Non-User คนนั้นเป็นใคร?  
เก่งอะไร? อยู่ที่ไหน?

## ลองทำความเข้าใจโจทย์กับสมาชิกในทีม

+ จากมุมมองของทีม เข้าใจประเด็นต่างๆ ผ่านมุมมองต่างๆ

### -USER

- ตัวแทนบริษัทนายความ
- อยากมาจัดการประชุม
- ขอให้ได้คุยกันแบบสบายๆ
- ชอบบรรยากาศริมทะเล
- ชอบอาหารเหนือ
- ฟังเพลงยุค 90
- ไม่ชอบคาราโอเกะ

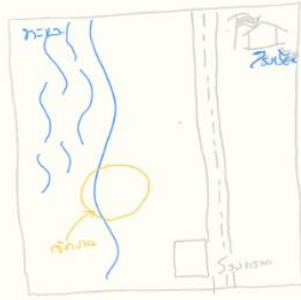
### -Non-USER

- นร โรงเรียนใกล้ๆ
  - โรงเรียนมีวงดนตรีต่างๆ
  - นร ชอบแสดงออก
  - นร อยากเรียนรู้
  - และหาประสบการณ์
- 
- ครู โรงเรียนใกล้ๆ
  - ช่วยคุมวงดนตรี
  - ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี
  - อยากให้นร ได้มีประสบการณ์

### -Non-Human

- ชายหาดใกล้โรงแรม
- บรรยากาศดี
- สะอาด คนไม่เยอะ
- ตั้งเด่นชัดควรวาดได้
- น้ำยังใส และไม่สกปรก

### -Map and Area Base



Reverse Brain Storm, หรือ แนวทางของธุรกิจ เช่น สิ่งแวดล้อมเชิงกายภาพ, Food Waste, Energy, Logistic, หรือด้านอื่นๆ

Workshop Designer/Learning Designer : Bulanit Chuaychuwong

## สรุป

Life-Centric Design หรือ Planet-Centric Design เป็นหนึ่งในวิธีการคิดรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่ทำให้เราปรับมุมมองออกไปให้กว้างขึ้น มากกว่าการทำธุรกิจที่คิดเพื่อลูกค้า แต่เป็นการทำธุรกิจที่คิดเพื่อโลก สิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมด้วย ท่ามกลางบริบทในการทำธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป กระบวนการนี้อาจช่วยให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ และรองรับภาคการท่องเที่ยวที่กำลังจะกลับมาอีกครั้งหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

## BECOME OUR FAMILY



WEBSITE >>



@tcebintelligence



mice\_intelligence\_centerth



@651pbidp >>

