



50 Ways to Solve
Any Problem Visually

KEVIN DUNCAN

ติดอันดับ
ขายดีทั่วโลก
International
Best Seller

50 เครื่องมือ
แก้ปัญหายาก ๆ
ให้เป็นเรื่อง
ง่าย

สำเร็จแน่! แก้ได้ทุกปัญหา

เครื่องมือเพื่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจในทุกธุรกิจ



THE
DIAGRAMS
BOOK

50 เครื่องมือ
แก้ปัญหายาก ๆ
ให้เป็นเรื่อง
ง่าย

สำเร็จแน่! แก้ได้ทุกปัญหา

KEVIN DUNCAN

50 เครื่องมือ แก้ปัญหายาก ๆ ให้เป็นเรื่องง่าย

แปลและเรียบเรียงจาก

The Diagrams Book 50 Ways to Solve Any Problem Visually

โดย : Kevin Duncan

ผู้แปล : คมสัน ขจรชีพพันธุ์งาม

THE DIAGRAMS BOOK

Original work copyright © Kevin Duncan 2013

© LID Publishing Limited 2013

Thai translation rights © 2019 Expernet co.,Ltd

จำนวน 226 หน้า

ราคา 200 บาท

ISBN (E-Book) 978-974-414-528-4

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ต จำกัด

จัดทำโดย: **บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ต จำกัด (สำนักพิมพ์บิสิต)**

2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่

แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

e-mail: public@expernetbooks.com

<http://www.expernetbooks.com>

คำนำ

อันตีใจที่ Kevin เขียนหนังสือเล่มนี้ ฉันรักแผนภาพที่ถูกนำมาใช้ในการแสดงความคิด หรือไอเดีย เพราะมันตรงกับวิธีทำงานของสมองของฉัน ฉันชอบคิดเป็นรูปภาพ แผนภาพต่าง ๆ ช่วยให้ฉันคิดอะไรได้อย่างชัดเจนและไม่ซับซ้อน และฉันก็เป็นคนที่ชอบในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นเรื่องง่าย

ในปัจจุบันพวกเราล้วนถูกกดดันกันจนไม่เหลือทางเลือกอื่นใดนอกจากการทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ แต่โลกเราก็กว้างขวางขึ้นและในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จก็เป็นเรื่องที่ยากยิ่งขึ้น

หากเราต้องการทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม เราจำเป็นต้องทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย และนั่นต้องอาศัยการใช้แผนภาพดี ๆ ซึ่งสามารถแสดงกลยุทธ์ ความคิด หรือไอเดีย ออกมาให้เข้าใจได้ง่าย ๆ เครื่องมือนี้จะช่วยให้เราทำสิ่งต่าง ๆ ได้สำเร็จมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดรวมอยู่ในหนังสือเล่มนี้

คนเราจำข้อมูลที่อ่านได้แค่เพียง 10% แต่จำสิ่งที่พวกเขาได้เห็นได้ถึง 30% รูปภาพต่าง ๆ จึงมีข้อได้เปรียบเหนือกว่าถ้อยคำ แต่ธุรกิจส่วนใหญ่กลับยังคงมุ่งเน้นไปที่ถ้อยคำที่ถูกเขียนขึ้นมาให้อ่าน โปรดอย่าเข้าใจผิด ฉันก็ชอบการใช้ถ้อยคำพอ ๆ กับคนอื่น ๆ แต่ถ้อยคำมักจะทำให้เกิดความเข้าใจผิด เพราะเรามีแนวโน้มที่จะเขียนมากเกินไปและอาจจะยังทำให้คนอื่นเข้าใจยาก แผนภาพอาจ

ถูกทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้เช่นกัน แต่ก็ไม่เท่ากับการใช้ถ้อยคำ
ฉันเชื่อว่าการคิดเป็นภาพได้จะช่วยทำให้ความคิดไม่ซับซ้อน

ฉันตีใจที่ Kevin ได้รวมเอาแผนภาพทุกอย่างที่ฉันชื่นชอบมาไว้ในหนังสือเล่มนี้

ฉันเริ่มต้นอาชีพด้านการตลาดของตัวเองโดยการใช้แผนภาพวงกลม (เหมาะมากสำหรับการแบ่งกลุ่มผู้ฟังหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย) ซึ่งเป็นวิธีง่าย ๆ ในการทำความเข้าใจเรื่องส่วนแบ่งตลาด ภาพวงกลมที่มีการซ้อนทับกันตรงกลางมีประโยชน์เสมอ เพราะโลกของเราไม่ได้มีแต่องค์กรหรือเรื่องราวที่เรียบง่ายซึ่งถูกแบ่งแยกจากกันอย่างชัดเจนเท่านั้น

รูปพีระมิดทำให้ฉันนึกถึงลำดับความต้องการของ Maslow ในทันที ฉันเคยใช้รูปพีระมิดมาหลายครั้งเพื่ออธิบายความคิดและไอเดียต่าง ๆ ช่วงสองสามปีก่อน ทีมงานของเราได้นำเรื่องลำดับความต้องการของ Maslow มาใช้จนได้งานจากผู้ผลิตสียาใหญ่แห่งหนึ่ง โดยเราใช้รูปพีระมิดเพื่ออธิบายว่าผู้หญิงมองสีสรรต่าง ๆ รวมถึงการออกแบบบ้านว่าเป็นวิธีการแสดงความเป็นตัวของตัวเองอย่างไร

รูปหุกระต่ายเป็นรูปทรงที่ดีอีกรูปหนึ่ง รูปหุกระต่ายแบบง่าย ๆ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลป้อนเข้ามีมากมาย แล้วถูกกลั่นกรองออกมาเป็นคำพูดหรือไอเดียง่าย ๆ เพียงหนึ่งเดียว จากนั้นก็ถูกแปลงหรือแสดง

ผลลัพธ์ออกมาในหลายรูปแบบ มันมีประโยชน์จริง ๆ สำหรับนักการตลาดที่ต้องการใช้แหล่งข้อมูลหลาย ๆ แหล่งเพื่อพัฒนาไอเดียอะไรสักอย่างหนึ่ง แล้วจึงนำไอเดียนั้นไปใช้งานในหลาย ๆ ทาง

คุณสมบัติของรูปทรงและแผนภาพทำให้ทุก ๆ คนทั่วโลกสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้เหมือนกัน นี่เป็นคุณสมบัติที่สำคัญมากโดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งกำลังมีผลกระทบต่องานเราอย่างมากมาย คนที่อยู่ในธุรกิจระดับโลกย่อมต้องการให้ความคิดของตนถูกนำไปใช้ได้ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศไหน และการจะทำเช่นนั้นได้ ทุก ๆ คนจะต้องมองเห็นความคิดนั้นเป็นภาพเดียวกันได้

สังคมของเรากำลังกลายเป็นสังคมแห่งรูปภาพ ในอนาคตเราจะคิดออกมาเป็นภาพและต้องนำรูปทรงและแผนภาพมาใช้ในการคิดกันมากขึ้น

หากฉันต้องฝากรูปภาพอะไรไว้สักอย่างที่จะทำให้คุณมองเห็นความคิดของฉันที่มีต่อหนังสือเล่มนี้ได้ รูปภาพนั้นคงเป็นรูปนี้♥”

Tracy De Groose, CEO, Carat UK
บริษัทด้านการบริหารจัดการสื่อโฆษณาชื่อดังของอังกฤษ

สารบัญ

เครื่องมือแก้ปัญห 

สามเหลี่ยมและพีระมิด 10



1	พีระมิด	13
2	พีระมิดเพื่อการขาย	17
3	สามเหลี่ยมแห่งการเรียนรู้	21
4	สามเหลี่ยมลาดลง	25
5	สามเหลี่ยมชันขึ้น	28
6	สามเหลี่ยมตัว Z	32
7	สามเหลี่ยมการเจรจาต่อรอง	36
8	สามเหลี่ยมเพื่อเอาชนะข้อโต้แย้ง	40
9	สามเหลี่ยมแห่งความพึงพอใจทางธุรกิจ	44
10	สามเหลี่ยมแรงจูงใจส่วนบุคคล	48



เครื่องมือแก้ปัญห 

สี่เหลี่ยมและแกน 52

11	หน้าต่างแห่งการพัฒนา	55
12	เมทริกซ์ลำดับความสำคัญ	59
13	แผนที่ตลาด	63
14	เวทีแห่งการต่อรอง	67

15	มาตรวัดความกล้าเสี่ยง	71
16	กำแพงกันการซื้อ	75
17	กล่องแสดงขั้นตอน	79
18	แผนภาพทางยาว	83
19	กราฟฮิสโตแกรม	87
20	เกม 9 จุด	91

เครื่องมือแก้ปัญหา ✕

วงกลมและกราฟวงกลม

98



21	เป้า, ไข่ดาว หรือ หัวหอม	101
22	กราฟวงกลม	105
23	แผนภาพเวนน์	108
24	ระบบศูนย์กลางไอดี	112
25	โครงสร้างโมเลกุล	116
26	แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างงานกับชีวิต	120
27	วงจรการเปลี่ยนแปลงบทบาทผู้นำทีม	124
28	กรวยหรือโทรโข่งเพื่อการสื่อสาร	128
29	วงจรแห่งคำถาม	132
30	วงจรการนำเสนอความคิด 'จากคุณไปสู่โลก'	136

เครื่องมือแก้ปัญห 

โหม้ไต้

140



31	ช่วงเวลา ก่อนเส้นตาย	142
32	เส้นตาย ส่วนตัว	146
33	เส้นตาย ในวัฒนธรรม ที่ต่างกัน	150
34	โหม้ไต้ กิจกรรม การทำงาน ในหนึ่งปี	154
35	โหม้ไต้ กิจกรรม ในหนึ่งปี แบบ จตุรมาส กับ ไตรมาส	158
36	แผนงาน ประจำปี	162
37	แผนงาน เชิงกลยุทธ์ และ ยุทธวิธี	166
38	เส้นพลังงาน	170
39	จุดแรงจูงใจ ตกต่ำ	174
40	เส้นแสดง ระดับแรงจูงใจ	178



เครื่องมือแก้ปัญหา ✕

แผนผังกับแนวคิด

182

41	ผังองค์กร : วิธีการเขียนผังองค์กร	184
42	ผังองค์กร : สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงในการเขียนผังองค์กร	188
43	ถึงสามใบ	192
44	ผังลำดับชั้นการเป็นลูกค้า	196
45	นาฬิกาทราย	200
46	หุกระต่าย	204
47	แผนภูมิต้นไม้เพื่อการตัดสินใจ	208
48	แนวคิดเรื่องแม่น้ำและเขื่อน	212
49	ตาชั่งการให้บริการ	216
50	แนวคิดในการลดเรื่องส่วนตัว	220

เครื่องมือแก้ปัญหา



สามเหลี่ยมและพีระมิด



TRIANGLES
AND
PYRAMIDS

สามเหลี่ยมคือรูปทรงที่ใช้กันมาอย่างช้านาน

ประกอบด้วยด้านสำคัญ **1, 2, 3** หรือ **A, B, C** ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วไปมาโดยตลอด

เช่น

เรื่องเล่าของหนูตาบอดสามตัว หรือ Lord of the Rings ที่มีสามภาค ทุก ๆ คนต่างก็รักในสิ่งที่มากันเป็นสาม

ดังนั้นหากเมื่อใดที่ต้องมีการอธิบายเรื่องที่มีสามองค์ประกอบให้ลองใช้รูปสามเหลี่ยม

แต่ยังมีอะไรมากกว่านั้น

รูปสามเหลี่ยมสามารถแสดงภาพของการค่อย ๆ เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ เช่น การแตกประเด็นให้มากขึ้น หรือการลดจำนวนทางเลือกลง

รูปสามเหลี่ยมที่ซ้อนกันสามารถแสดงส่วนผสมของสภาวะสองอย่างหรือแสดงการแปรเปลี่ยนจากสถานะหนึ่งไปสู่อีกสถานะหนึ่ง

รูปพีระมิดสามารถอธิบายลำดับชั้นและองค์ประกอบของความก้าวหน้าได้

และช่องว่างตรงกลางของรูปสามเหลี่ยมก็ยังสามารถเปิดโอกาสให้นักถึงองค์ประกอบที่สี่ซึ่งมีพลังที่สุด นั่นคือจุดโฟกัสของประเด็นที่กำลังพิจารณา

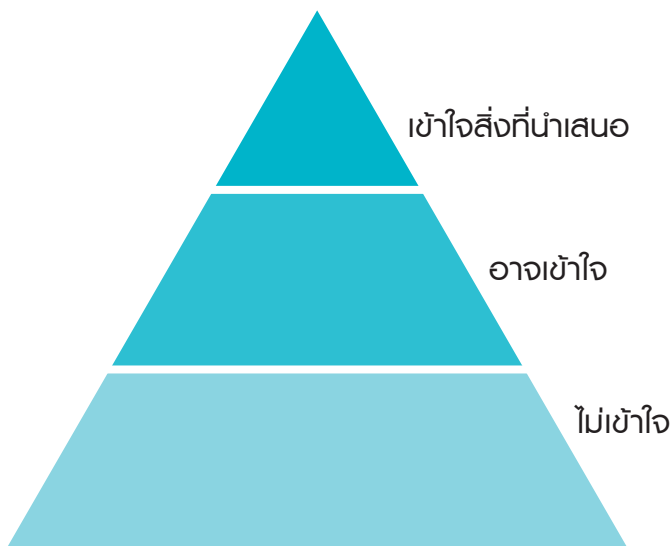


เครื่องมือที่

1

พีระมิด

THE
PYRAMID



- ✘ พีระมิดคือแผนภาพสารพัดประโยชน์ที่สุดประเภทหนึ่งในโลก
- ✘ รูปร่างของพีระมิดแสดงโครงสร้างพื้นฐาน ส่วนตรงกลางเป็นพื้นที่ของการแปรสภาพ และส่วนยอด (ชั้นที่อยู่บนยอดสูงสุดของพีระมิด) เป็นตัวแทนของความสำเร็จ จุดหมายปลายทางหรือกลุ่มที่มีความเป็นพิเศษกว่ากลุ่มอื่น
- ✘ มันมีประโยชน์มากในการแบ่งกลุ่มที่มีความแตกต่างกันโดยไม่มีประเด็นที่สลับซับซ้อนมากเกินไป

- ✘ ในตัวอย่างนี้ ส่วนที่อยู่สูงสุดเป็นตัวแทนของกลุ่มคนซึ่งเข้าใจสิ่งที่บริษัทนำเสนอ ส่วนกลางคือคนที่อาจเข้าใจ และส่วนฐานคือคนที่จะไม่มีความเข้าใจเลย ด้วยการเขียนชื่ออธิบายแต่ละส่วนของรูปด้วยชื่อหรือปริมาณของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่มองเห็นรูปนั้นก็จะเข้าใจได้ทันทีว่ากลยุทธ์ใหม่ของธุรกิจควรเป็นอย่างไร
- ✘ ตามที่ใช้กันมาอย่างยาวนาน ฐานของรูปพีระมิดจะแสดงเรื่องที่มีปริมาณของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ๆ หรือตลาดขนาดมวลชน โดยส่วนที่สูงขึ้นไปของรูปพีระมิดจะต้องใช้ความทุ่มเทที่มากขึ้น
- ✘ ส่วนที่สูงที่สุดเป็นตัวแทนของเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายเสมอ
- ✘ รูปพีระมิดที่ละเอียดจะแสดงแต่ละชั้นของพีระมิดด้วยจำนวนตัวเลข เพื่อให้ขนาดของแต่ละชั้นแสดงโอกาสหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน

แบบฝึกหัด

STEP

1

จงเลือกเรื่องที่คุณสนใจขึ้นมาหนึ่งเรื่อง

STEP

2

แบ่งเรื่องนั้นให้มีไม่น้อยกว่าสามส่วน แต่ไม่เกินห้าส่วน

STEP

3

โดยแยกตามสถานะหรือประเภท แล้วเรียงลำดับ
ส่วนต่าง ๆ นั้นเป็นชั้นต่าง ๆ ของรูปพีระมิด

STEP

4

โดยจะเรียงจากบนลงล่าง หรือจากล่างขึ้นบนก็ได้
แล้วใส่จำนวนตัวเลขที่เกี่ยวข้องให้กับแต่ละชั้น



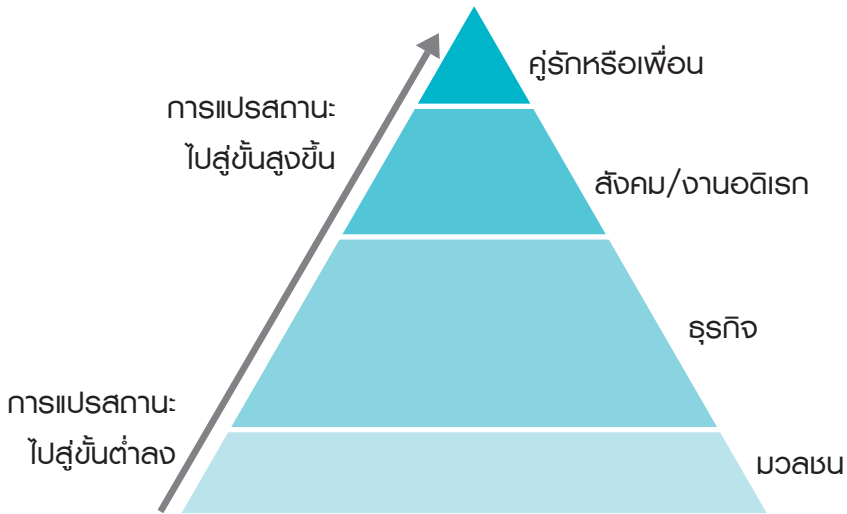


เครื่องมือที่

2

พีระมิด
เพื่อการขาย

THE
SELLING
PYRAMID



- ✘ พิจารณาอาจมีได้หลายชั้น แต่เพื่อความชัดเจน มันไม่ควรมีมากกว่าห้าชั้น มิฉะนั้นข้อมูลจะแยกย่อยเกินไป
- ✘ พิจารณาเพื่อการขายเป็นวิธีที่ดีในการพิจารณาว่าคุณควรทุ่มทรัพยากรเพื่อการขายไปที่ไหน
- ✘ ในตัวอย่างง่าย ๆ นี้ ขนาดของแต่ละส่วนขยายตัวจากบนลงล่างโดยเริ่มจากคนที่คุณรู้จักเพียงไม่กี่คนที่เป็นเพื่อนสนิทหรือคู่รักตรงส่วนยอดสุด แล้วขยายไปสู่คนที่รู้จักมากขึ้นในระดับสังคมและธุรกิจที่คุณติดต่อกับ จนกระทั่งขยายไปสู่ระดับมวลชนขนาดใหญ่

- ✕ การกำหนดปริมาณแก่แต่ละส่วนช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถทุ่มเทพยายามไปสู่จุดที่ควรมุ่งเน้นได้จริง ๆ แต่ก็มีประโยชน์เช่นกันสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่
- ✕ ทิศทางและโอกาสสามารถนำมาเพิ่มไว้ในรูปได้โดยการเขียนลูกศร ในกรณีตัวอย่างนี้ ทิศทางและโอกาสดังกล่าวหมายถึงความน่าจะเป็นของการเปลี่ยนยอดขายจากกลุ่มคนทั่ว ๆ ไป ไปสู่การขายให้แก่กลุ่มคนที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของธุรกิจมากขึ้น