



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร โทร.๑๓๓๕, ๐-๒๕๓๙-๓๓๔๐

ที่ กษ ๐๘๐๐.๐๕/

วันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง การอบรม เสริมสร้างความรู้ เรื่อง “นวัตกรรมกับการทำงานภาครัฐ”

เรียน ผอ.กพร.

ด้วย ดิฉัน นางสาวพวงพิศ พันธุ์สำโรง เข้ารับการอบรม ผ่านระบบออนไลน์ของ สำนักงาน ก.พ. หมวดการพัฒนาองค์ความรู้ (Knowledge Development) เรื่อง “นวัตกรรมกับการทำงานภาครัฐ” ระยะเวลาในการอบรม จำนวน ๓ ชั่วโมง เรียบร้อยแล้ว จึงขอสรุปความรู้ที่ได้รับจากการอบรมดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ประกอบกับการคิดวิเคราะห์ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ รายละเอียดแนบมาพร้อมบันทึกนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นางสาวพวงพิศ พันธุ์สำโรง)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ

ตงนงรี

-ได้รับทุกฉบับศึกษาหาทบทวนด้วย
คุณธรรมาพร - ได้จับ Web App. ในร่างฯ
๐๘๘๓๖๕

๘ มิ.ย. ๖๓

ทงนงรี
๐๘๘๓๖๕

นวัตกรรมกับการทำงานภาครัฐ

ตอนที่ 1 ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

1. การค้นพบ คือ นวัตกรรม

การค้นพบหลอดไฟใหญ่แต่อาจจะไม่เหมาะสมกับการใช้งานในบ้าน จึงมีการต่อยอดความคิดเป็นหลอดไฟที่ใช้ได้ตามบ้าน เช่น หลอดตะเกียบ หลอดไฟเล็ก แต่บางครั้งนวัตกรรมก็อาจจะเป็นไอเดียดีแต่คนไม่ยอมรับ เช่น

- Robot ตอบรับโทรศัพท์
- หมวกอาบน้ำ

ซึ่งก็ไม่สามารถนำมาใช้งานได้จริง ดังนั้นการค้นพบก็อาจจะไม่ใช่ นวัตกรรม

2. การวิจัยและพัฒนาเป็นแหล่งที่มาสำคัญของนวัตกรรม บางครั้งเทคโนโลยีหลายๆ อย่างอาจจะไม่ได้เกิดจากการวิจัยและ พัฒนาแต่ความจริงเกิดจาก

- การค้นพบโดยบังเอิญ
- การเกิดวิกฤต เช่นน้ำท่วม ก็ทำให้สร้างสรรค่นวัตกรรมใหม่ๆ มาเพื่อใช้ประโยชน์แก้วิกฤตได้
- เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ เช่น เป็นระบบอุตสาหกรรม ใช้หุ่นยนต์

แทนคน

- การเปลี่ยนแปลงของคู่ค้า เช่น คู่ค้านำระบบใหม่ๆ มาใช้ ก็ต้องใช้ตามไปด้วย
- กฎ/ระเบียบ พรบ.ใหม่ๆ ทุกหน่วยงานต้องเปลี่ยน

3. นวัตกรรมเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีระดับสูง แต่ความจริงไม่จำเป็นต้องเป็นเทคโนโลยี แต่

- เกิดจากไอเดีย
- การออกแบบเพื่อการใช้งานได้รวดเร็ว สะดวกสบายยิ่งขึ้น

4. การลอกเลียนแบบและพัฒนาเป็นการทำลายนวัตกรรม แต่ความจริงการลอกเลียนแบบแล้วนำไปต่อยอดความคิดพัฒนาต่อเป็นการประยุกต์พัฒนาที่ทำให้เกิดนวัตกรรมได้

5. การจดทรัพย์สินทางปัญญาช่วยปกป้องนวัตกรรมของคุณ แต่ความจริงการจดทรัพย์สินทางปัญญาไม่ได้ช่วยป้องกันเสมอไป การป้องกันเกิดจากการสร้างฐานลูกค้าเพื่อป้องกันสิทธิ์ของตนเอง

6. นวัตกรรมเป็นเรื่องเฉพาะตัวหรือผูกขาด เช่น การใช้ Apple ทุกอย่างผูกกับสินค้าทั้งหมด ต้องใช้หัวขาร์ท ของ Apple ต้องใช้ App Store แต่ขณะที่ Android ไม่ได้ผูกขาด แต่เปิดอิสระ สามารถไปปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ ก็สามารถสร้างฐานข้อมูลลูกค้าได้เปิดกว้าง

7. นวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยอุปสงค์ (ความต้องการของลูกค้า) เป็นวิธีที่ปลอดภัยที่สุดในการทำธุรกิจ แต่จริงๆ แล้ว นวัตกรรมอาจจะไม่ได้เริ่มจากความต้องการของลูกค้า เช่น Smart Phone แต่เป็นการสร้างสิ่งใหม่ บุคคลใหม่ที่ผู้ใช้งานไม่เคยรู้จักมาก่อนเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า

ตอนที่ 2 นวัตกรรมคืออะไร

1. นวัตกรรมเปลี่ยนวิธีการทำงาน เช่น วิถีชีวิตการทำงานสมัยใหม่ ไม่จำเป็นต้องนั่งในสำนักงานที่มีฉากกั้น ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แต่สามารถใช้ notebook ขนาดเล็กและนั่งรวมกันแบบมีปฏิสัมพันธ์กัน

2. นวัตกรรมเปลี่ยนรูปแบบการพูดคุย ปัจจุบันไม่จำเป็นต้องประชุมในห้องประชุมทุกครั้ง สามารถใช้มือถือ/Tablet สามารถประชุมในร้านกาแฟ

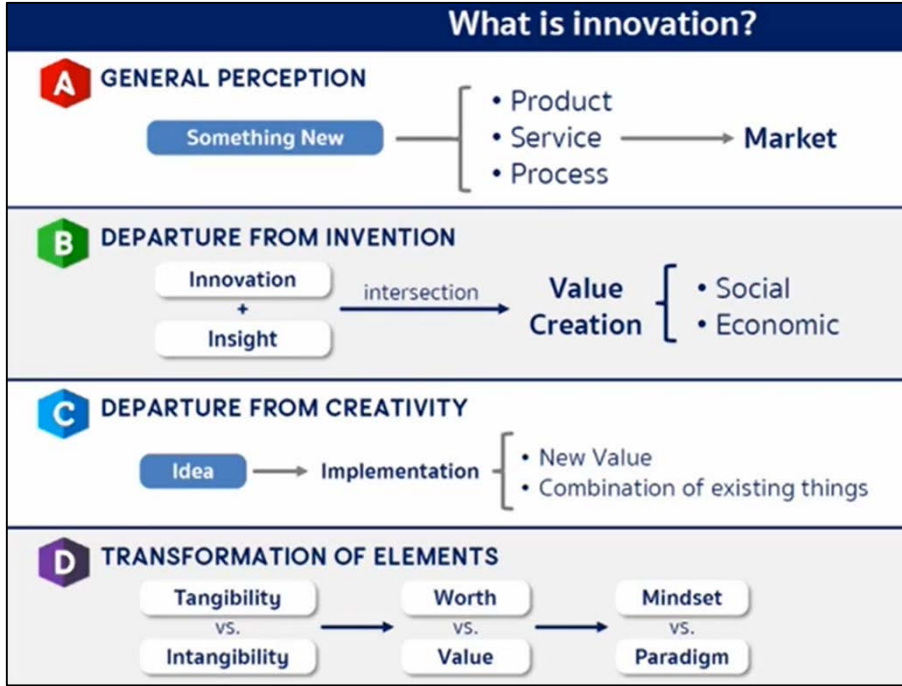
3. นวัตกรรมเปลี่ยนวิถีการซื้อ จากสังคมเงินสดเป็น Credit Card/Prompt Pay การขึ้นแท็กซี่ก็จ่ายเงินผ่านมือถือได้

4. นวัตกรรมเปลี่ยนวิถีชีวิต ปัจจุบันคนส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับ Internet ใช้ Smart Phone ไม่ว่าจะเป็นการอ่านข่าว สังคมออนไลน์ ทำให้นิตยสารแบบรูปเล่มหนังสือหายไป การซื้อของก็เปลี่ยนจากไปเดินซื้อเป็นซื้อของออนไลน์

5.นวัตกรรมเปลี่ยนการทำธุรกิจ ลักษณะการซื้อขายเปลี่ยนไป สามารถส่งข้อมูลติดต่อซื้อขายผ่าน อีเมลล์ ไลน์ ผ่าน Internet คนเล่นหุ้นซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์ หรือสมัครงาน ออนไลน์

นวัตกรรม คือ ความรู้+ความคิดสร้างสรรค์+คุณค่า เช่น การพัฒนา Din sow Mini หุ่นยนต์บริการ ดูแลผู้สูงอายุ โดยเริ่มต้นจากความรู้ คือ ความรู้ เรื่องหุ่นยนต์ ความคิดสร้างสรรค์ ในการสาธารณสุข และ ผู้สูงอายุ ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ

รูปแบบของนวัตกรรม



- A : มุมมองทั่วไปคือสิ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่ (สินค้า/บริการ/กรรมวิธี) เพื่อตอบสนองตลาด
- B : มุมมองของผู้ประดิษฐ์/นักพัฒนาสิ่งประดิษฐ์+ความรู้ → เกิดการสร้างสรรคคุณค่าต่อสังคมและ เศรษฐกิจ
- C : มุมมองของความคิดสร้างสรรค์ ไอเดีย → นำไปสู่การปฏิบัติ → เกิดคุณค่าใหม่เกิดการรวมตัวของ สิ่งที่มีอยู่
- D : การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ มูลค่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด นวัตกรรมเกิดได้ทุกรูปแบบขึ้นอยู่กับ มุมมอง ทั้ง 3 มุมมองก็เป็นไปได้สำหรับองค์กร

นวัตกรรมกับผลิตภาพ → ตอบโจทย์ความสามารถในการแข่งขันทุกองค์กร ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เพิ่มพูน → ทำสิ่งเดิมให้ดีขึ้น (Productivity) ทำสิ่งใหม่ (หาลูกค้าใหม่/พัฒนาใหม่) ทำให้สามารถแข่งขันได้ดี ขึ้นทั้ง 2 ฝ่าย ตอบความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรม ผลิตสินค้าเดิม ๆ และทำให้เกิดผลิตภาพ แต่ไม่ได้ มอง การพัฒนาสิ่งใหม่ นวัตกรรมเพื่อการพัฒนา สิ่งใหม่ ๆ ต่อไป

ระดับของนวัตกรรม

ระดับแกนแนวตั้งคือความล้ำสมัย/ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและแกนแนวนอนคือผลกระทบต่อ ผู้ใช้งาน ช่องแรกถ้ามีความก้าวหน้าเทคโนโลยีสูงและส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานสูง คือ Game Changer (ผู้ เปลี่ยนเกม) เช่น กล้องดิจิทัล สมาร์ทโฟนช่องถ้ามีความก้าวหน้าเทคโนโลยีต่ำและส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานสูง เช่น Internet/เทคโนโลยีธรรมดา แต่ใช้กับคนจำนวนมากใช้และได้ประโยชน์สูง ต่อมาคือความล้ำสมัยสูงแต่ ผลกระทบต่ำ เช่น อุปกรณ์ล้อเลื่อนที่ใช้ในสนามบินหรือห้างขนาดใหญ่ เป็นการใช้งานเฉพาะกลุ่มส่วนความ ล้ำสมัยต่ำและผลกระทบน้อย เช่น การพัฒนาทาง รถยนต์

นวัตกรรมที่รุนแรง

เช่น เทคโนโลยีกล้อง ใช้แสงใช้ฟิล์ม เปลี่ยนเป็น กล้องดิจิทัล ที่ใช้ Memory Card บันทึกเป็นไฟล์ภาพ หรือ Digital Frame ได้ไม่ต้องไปอัดภาพ กระดาษและตัวอย่างอื่นๆ เช่นการใช้งาน Computer Desktop การโหลดเพลง การใช้ Mobile App เป็นการสร้างนวัตกรรมที่รุนแรงต่อผู้ใช้งาน

ประเภทของนวัตกรรม

- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ Post-it 3M Apple Samsung
- นวัตกรรมกระบวนการ เช่น IKEA เฟอร์นิเจอร์ประกอบเอง Dell คอมพิวเตอร์ประกอบตาม Spec Toyota (Just in time)

- นวัตกรรมบริการ เช่น Google ebay amazon
- นวัตกรรมทางรูปแบบธุรกิจ

- 1) Kickstarter ระดมทุนผู้ประกอบการ

- 2) Groupon คุปองส่วนลด

- 3) Low-Cost Airline/Nok air/AirAsia ไม่มีบริการ ไม่มี service ต้องจ่ายเพิ่มเอง/ ต้องมีเที่ยวบินเยอะ

- นวัตกรรมทางรูปแบบธุรกิจ เช่น Grabtaxi การใช้เทคโนโลยีมาบริการประชาชน มาทำธุรกิจได้

- นวัตกรรมเชิงพื้นที่ ยกระดับเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ เช่น โครงการราชดำริ Skywalk เป็นการทำกิจกรรมร่วมกัน

นวัตกรรมคืออะไร

- การพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ และการประยุกต์ใช้ทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ นวัตกรรมคือการใช้ประโยชน์จากความคิด การใช้แนวคิดใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่า การค้นพบ คุณค่าต่อลูกค้า คุณค่าต่อองค์กร

- นวัตกรรมไม่ใช่แค่แนวคิดใหม่ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ แต่คือการเปลี่ยนกรอบความคิดให้ออกจากมุมมองเดิม ๆ

- แนวโน้มการทดลองและเรียนรู้เพิ่มขึ้น

- ระบุปัญหาที่ยืดเยื้อ / ยิ่งใหญ่

- เปลี่ยนกรอบความคิดว่าปัญหาธรรมดาเป็นปัญหาที่ยืดเยื้อ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง มีประชาชนรอคิวเป็นจำนวนมาก คนยืนเกะกะ จึงเกิด ปัญหาด้วยการใช้ที่กันมากันเพื่อให้แถวไม่ยาวเกะกะ ควบคุมพื้นที่ได้ แต่ถ้าคิดให้ยิ่งใหญ่ คิดให้ตรงกับปัญหา เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอกับประชาชน ที่มาใช้บริการ ทำงานไม่ทัน ใช้เครื่องอัตโนมัติทำให้ทำงานรวดเร็วขึ้น นำไอเดียใหม่ ๆ เข้ามาแก้ปัญหาได้

- เทคโนโลยีเป็นการโอกาส

- 1) เทคโนโลยีรถยนต์ + ระบบอัตโนมัติระบบควบคุม → สร้างเทคโนโลยีใหม่

- 2) เทคโนโลยีการสร้างบ้าน + เทคโนโลยีอัจฉริยะ เป็น บ้านอัจฉริยะ

ตอนที่ 3 นวัตกรรมกับการทำงานภาครัฐ

ทำไมภาครัฐต้องมีนวัตกรรม 5 ด้าน

- การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม
- การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
- การสร้างความน่าเชื่อถือ
- การรักษาและดึงดูดคนเก่งๆ อยากรทำงาน
- การช่วยสนับสนุนภาคเอกชน

การใช้นวัตกรรมสำหรับภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ 3 ระดับ

- ระดับสูงสุดคือกลยุทธ์
- ระดับการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร
- ระดับกระบวนการ บุคลากร และความคิดสร้างสรรค์

นวัตกรรมภาครัฐที่เกิดขึ้น

- เกิดจากกระบวนการ
- เกิดจากบริการ เช่นการทำบัตรประชาชน / passport
- เกิดจากกฎระเบียบใหม่ ๆ
- เกิดจากนโยบาย เช่น ซื่อปช่วยชาติ /ลดหย่อน LMF/RMF

บทบาทของภาครัฐในอนาคต

- E-government
- Health / E-Health
- การศึกษา
- การมีส่วนร่วมของประชาชน
- การลดขั้นตอน/ทำให้ง่ายขึ้น
- จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ตอนที่ 4 การจัดการนวัตกรรม

การจัดการนวัตกรรม คือการจัดการ 5 ด้าน

- การสร้างนวัตกรรม → อนาคต
- มูลค่าและความคุ้มค่า → ความคิดสร้างสรรค์
- การเผยแพร่/การขยายผล → ปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวัฒนธรรมองค์กร
- ความหลากหลาย → ทรัพยากร

การจัดการนวัตกรรม

ธรรมชาติของการจัดการนวัตกรรม

- การจัดการนวัตกรรมโดยตรงนั้นยาก
- เราสามารถจัดการ “กระบวนการทางนวัตกรรม”
- นวัตกรรมนั้นมี “ความหลากหลาย” และ “เปลี่ยนแปลง”

7 อุปสรรคของนวัตกรรม

- 1) การมุ่งเฉพาะธุรกิจประจำวัน / เป้าหมายระยะสั้น
- 2) สินค้าหรือกระบวนการปัจจุบันไม่ได้ถูกตั้งคำถามคิดว่าของปัจจุบันดีแล้วตอบโจทย์แล้ว
- 3) ขาดความร่วมมือระหว่างฝ่ายงาน
- 4) ไม่กล้ายอมรับความเสี่ยง
- 5) ผู้บริหารไม่สนับสนุนนวัตกรรมมากเพียงพอ
- 6) ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ นวัตกรรม กระบวนการ ความคิดสร้างสรรค์ ไม่เกิด/ไม่ชัดเจน/ไม่ได้สื่อสาร
- 7) งบประมาณ/ทรัพยากรมีจำกัด

ตอนที่ 5 ลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม

1. ความรักและแรงจูงใจตนเอง
2. ความเสี่ยง
3. ความมุ่งมั่น
4. พร้อมที่จะเรียนรู้
5. พร้อมรับสิ่งใหม่ ๆ และความยืดหยุ่น

ตอนที่ 6 ทักษะของนักนวัตกรรม

- นักนวัตกรรม
- ผู้พัฒนา
- ผู้ปฏิบัติการ

ทักษะในการค้นพบและทักษะการส่งมอบ

- นักนวัตกรรม มีทักษะในการค้นพบสูง / ส่งมอบต่ำ
- นักพัฒนา มีทั้งสองทักษะ
- นักปฏิบัติการ มีทักษะในการค้นพบต่ำ/ส่งมอบสูง

ทักษะสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

กล้าทำสิ่งใหม่ ทักษะการค้นพบ ทักษะเชิงพฤติกรรม ทักษะในการรับรู้เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลใหม่

ทักษะในการส่งมอบ

ทักษะในการค้นพบ 5 ด้าน

- การตั้งคำถาม
- การสังเกต
- การปฏิสัมพันธ์/การสร้างเครือข่าย
- การทดลอง
- การเชื่อมโยง

ทักษะในการส่งมอบ

- นำไปผลิต
- การวิเคราะห์
- การวางแผนการผลิต
- ลงรายละเอียดการทำงาน
- การบริหารจัดการ

คน 2 ประเภท คนในองค์กร

ในองค์กรต้องการคนทั้ง 2 ประเภทแต่ละช่วงเวลา ความต้องการอาจจะแตกต่างกัน

ช่วงเริ่มต้น พัฒนาและเปิดตัวไอเดียธุรกิจใหม่ ช่วงเติบโต พัฒนาไอเดียให้เป็นธุรกิจและกำหนดกรอบ

ปฏิบัติสอดคล้องอย่างเป็นระบบ

- ช่วงสมบูรณ์ ใช้ทรัพยากรและความสามารถที่ได้จากช่วงเติบโตให้เป็นประโยชน์
- ช่วงถดถอย เก็บเกี่ยวประโยชน์ ค้นหาหรือพัฒนาไอเดียใหม่

ตอนที่ 7 อะไรที่ทำให้องค์กรแตกต่าง

- ไอเดีย 1% + การลงมือทำ 99%
- การลงมือ + การเชื่อมโยง + ความหลากหลาย (เปิดรับสิ่งใหม่)

นวัตกรรมเริ่มจากผู้บริหารต้องสนับสนุน

- นวัตกรรม เกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกคนสามารถทำได้ (แต่ไม่ใช่ทุกคนจะทำได้ดี)
- นวัตกรรมต้องทำงานร่วมกัน ไม่ใช่ทำเฉพาะฝ่าย (ไม่ใช่การแก้ปัญหาเฉพาะเจาะจง)
- นวัตกรรมไม่ง่าย แต่เป็นไปได้ ทุกไอเดียต้องการพื้นที่และเวลาที่จะเติบโต

นวัตกรรมต้องเกิดจากความเชื่อถือ

- รับฟังความคิดเห็น/ไอเดีย
- ต้องมีการให้รางวัล/ผลตอบแทนกับคนกล้าคิดสิ่งใหม่
- พร้อมรับความเสี่ยง
- เรียนรู้จากความผิดพลาด

วัฒนธรรมนวัตกรรมไม่สามารถดึงมาใช้ได้เลย สิ่งที่ทำแล้วสำเร็จกับคนอื่น ไม่ได้หมายความว่า จะสำเร็จสำหรับคุณ ดังนั้นคุณต้องสร้างวัฒนธรรม นวัตกรรมที่เหมาะสมกับองค์กรของคุณเอง
ลูกค้าไม่ได้ถูกเสมอ แต่พวกเขาเป็นหัวใจของนวัตกรรม

ความเร็วเป็นภารกิจสำคัญ

ล้มเหลวตั้งแต่ยังไม่เริ่ม ล้มเหลวเร็ว ล้มเหลวแบบฉลาด ล้มเหลวแบบถูกที่สุด/เสียหายน้อยที่สุด

ตอนที่ 8 วัฒนธรรมองค์กร

คนเก่ง + ไอเดีย ?? คือสำเร็จ

ต้องบวกกับการสร้างวัฒนธรรม

ความเชื่อและพฤติกรรม/เกิดจากการสร้างวัฒนธรรม

วัฒนธรรมองค์กร

- ทักษะ ความรู้
 - เครื่องมือและวัสดุ
 - โครงสร้างและบทบาท
 - การสื่อสารและภาษา
 - สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
 - นโยบายและกระบวนการ
 - แรงจูงใจและตัวชี้วัด
- ทุกสิ่งมีความเชื่อมโยงกัน

วัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร

- เข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในปัจจุบัน
- วาดภาพวัฒนธรรมที่ต้องการเปลี่ยนไป
- ระบุโอกาสและความท้าทายระหว่างสองสิ่ง
- สร้างความคิดเพื่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการ, โครงสร้างและบทบาท ฯลฯ
- เลือกและดำเนินการไอเดียที่เลือกไว้
- วิเคราะห์และวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินการและผลกระทบ

วัฒนธรรมสร้างขึ้นจากพฤติกรรมร่วมกันในองค์กร

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ยากและต้องใช้เวลา แต่สามารถเร่งได้ด้วยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น วัฒนธรรมเลิกบุหรี่แต่มีที่ขายบุหรี่ วางอยู่

พฤติกรรม 3 ด้าน

- ทำงานดีขึ้น
- เรียนรู้
- จัดการความเสี่ยงบริหาร

8 เรื่องในการสร้างวัฒนธรรม

- พื้นที่คิด/อ่าน/ทำงานร่วมกัน
- สร้างสภาพแวดล้อมให้สนุกและแตกต่าง
- ช่วยส่งเสริมให้ผู้คนสามารถเอาชนะได้
- ให้การสนับสนุน/ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์
- แสดงความยินดีเมื่อพวกเขาล้มเหลว เพราะเขาได้มีส่วนร่วมเชิงรุก
- ทำได้ดีผลตอบแทน ให้มีระบบรางวัลและการยอมรับ
- ให้ผู้คนออกไปมีปฏิสัมพันธ์ภายนอก
- พวกเขาสามารถไปสังเกตและพูดคุยกับลูกค้าได้