

## จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)

นางสาวอภัสนันท์ สุดเจริญ ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ กองเทคโนโลยีชีวภาพทางดิน  
 ที่มา : TDGA e-Learning สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาวัลย์ อินทร์ชำนาญ  
 คณบดี วิทยาลัยศรีเอทีพีดีไซน์ แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
 วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2566

### ความหมายของการคิดเชิงนวัตกรรม

การคิดเชิงนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

### ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม ได้แก่

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)
2. ประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity)
3. กำลังใจของพนักงาน (Employee Morale)
4. การผลิตสินค้าใหม่ (New Product Development)

### วิธีคิดในเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. Mindset กรอบความคิดหรือทัศนคติทางจิตใจ
2. Behavior พฤติกรรมที่เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคล

### การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. Challenge ความท้าทาย
2. Ideas ความคิด
3. Action การกระทำ

### การจับเอาเทรนด์มาสร้างเป็นนวัตกรรม (Trend Driven Innovation) ประกอบด้วย

1. Why now โลกแห่งเศรษฐกิจแห่งความคาดหวัง ได้แก่ คุณภาพที่สูงขึ้น ผลกระทบเชิงบวก และการแสดงออกถึงตัวตน
2. Scan ความรู้คือโอกาส ได้แก่ ความจำเป็นพื้นฐาน และตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง
3. Focus การก้าวพร้อมไปกับสิ่งใด เมื่อไร และอย่างไร ได้แก่ การเข้าถึง การยินยอม ความสามารถ และความปรารถนา
4. Create การเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกให้เป็นไอเดีย ได้แก่ การพยายามคิดนอกกรอบ หาข้อมูลเชิงลึกมาเป็นไอเดีย
5. Action การลงมือปฏิบัติ เพื่อทำไอเดียให้เป็นจริงหรือเพื่อให้รู้ว่าไร้ประโยชน์
6. Culture เครื่องจักรปลดล็อกโอกาส เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าทางนวัตกรรม

### องค์ประกอบพื้นฐานของเทรนด์ ประกอบด้วย

1. ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความจำเป็นทางกายภาพ ความปลอดภัย ความรัก ความเป็นเจ้าของ ความเคารพจากผู้อื่น และการบรรลุเป้าหมายสูงสุดของตนเอง
2. ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง ได้แก่ สิ่งกระตุ้น และการเปลี่ยนย้าย

3. นวัตกรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ โมเดลธุรกิจ การตลาด แคมเปญ และวิสัยทัศน์

**การเรียนรู้กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process) ประกอบด้วย**

1. การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathy) การทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้ใช้งานสินค้าและบริการนั้นๆ โดยทำความเข้าใจปัญหาที่ประสบอยู่เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการ

2. การตั้งกรอบโจทย์ (Define) เป็นขั้นตอนการกำหนดโจทย์หรือตั้งเป้าหมายของโครงการ โดยต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน

3. การสร้างความคิด (Ideate) เป็นการระดมสมอง เน้นปริมาณความคิด หรือปริมาณไอเดียให้ได้มากที่สุด โดยสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ เสร็จแล้วจึงค่อยมาคัดเลือกไอเดียหรือความคิดที่จะนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหา

4. การสังเคราะห์คำตอบ (Prototype) ในขั้นนี้เป็นการเอาความคิดหรือไอเดียที่คัดเลือกไว้แล้วจากขั้นตอนการสร้างความคิด มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการสร้างต้นแบบอย่างง่ายเพื่อทดสอบแนวคิด โดยนำไปทดสอบกับผู้ใช้ เพื่อเก็บข้อมูลในด้านข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง โดยก่อนจะมีการทำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าออกจริงนั้น อาจมีการทำการสังเคราะห์คำตอบหลายครั้ง เพื่อทดสอบ เก็บข้อมูล และข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ใช้งานโดยขั้นตอนการทดสอบและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจะอยู่ในขั้นตอนถัดไป

5. การทดสอบต้นแบบ (Testing) เป็นการทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการเสนอแนะ นำมาปรับใช้เพื่อเรียนรู้แล้ววนกลับไปขั้นตอนเริ่มต้น โดยอาจมีการทำซ้ำหลายครั้งจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตออกสู่ตลาดได้จริง

**ข้อดีของนวัตกรรมในองค์กร ได้แก่**

1. ทำให้องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ
2. ทำให้ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
3. ทำให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดี และมีกำไรในการทำธุรกิจ
4. องค์กรไม่หยุดพัฒนา ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่
5. ทำให้องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

**แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร ได้แก่**

1. Process Improvement เป็นการปรับปรุงกระบวนการ การนำข้อเสนอแนะของผู้ใช้กระบวนการมาแก้ไขปรับปรุงรายละเอียดต่างๆในกระบวนการเพื่อให้กระบวนการนั้นมี performance หรือ ผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น

2. Incremental Innovation เป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน

3. Disruptive Innovation เป็นการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่จนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

4. Digitalization เป็นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ เพื่อขยายกระบวนการทำงานทางธุรกิจ ซึ่งสามารถเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ผ่านช่องทางใหม่ ๆ และสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจ

## เครื่องมือเพื่อการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. Personas เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมา เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าในอนาคตที่วางไว้

2. Stakeholder map ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

- กลุ่มที่ 1 ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และพนักงาน

- กลุ่มที่ 2 ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ครอบครัวยุติบัตร พนักงาน นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นตั้ง

- กลุ่มที่ 3 คู่แข่ง หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรสาธารณะประโยชน์

ลูกค้าหรือพนักงานในอนาคต ชุมชนนอกถิ่นตั้ง ประชาชนทั่วไป และระบบนิเวศโดยรวม

3. Customer Journey map แผนที่การเดินทางของลูกค้าซึ่งเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงประสบการณ์ที่ลูกค้ามี ช่วยบอกเล่าเรื่องราวของประสบการณ์ของลูกค้ากับแบรนด์ตั้งแต่จุดแรกสุดไปจนถึงการสร้าง ความสัมพันธ์ในระยะยาว

4. Service Blueprint เป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบและวางแผนกระบวนการบริการ โดยมีการนำ Customer Journey Map มาตั้งดูรายละเอียด เพื่อดูว่าการบริการนั้น ควรทำอะไรบ้าง

5. Business Model Innovation การปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจรูปแบบเดิม ไปสู่การทำธุรกิจรูปแบบ ใหม่ ประกอบด้วย Start-up, Business Model Transformation, Business Model Diversification และ Business Model Acquisition

6. Rapid Prototyping การสร้างชิ้นงานต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ เป็นวิวัฒนาการอีกขั้น ของการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน ความสามารถในการเปลี่ยนความคิดไปสู่ชิ้นงานที่จับต้องได้ในเวลาอัน สั้น ไม่ได้เพียงเร่งกระบวนการผลิตให้เร็วขึ้น แต่หมายความว่า คุณมีเวลาและโอกาสมากขึ้นในการทำให้ทุก อย่างสมบูรณ์แบบที่สุดก่อนการผลิตจริง