สรุปบทเรียน
เรื่อง
จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม
(Building an Innovation Mindset)

นางสาวนิสุดา ทองคำพันธ์
กลุ่มวิจัยและพัฒนาการจัดการดินเปรี้ยว กวจ.

นวัตกรรม (Innovation) มาจากคำ 2 คำ ได้แก่ สิ่งประดิษฐ์ (Invention) และ การเปลี่ยนแปลง (Adoption) การสร้างนวัตกรรม หมายถึง การนำสิ่งประดิษฐ์หรือกระบวนการต่างๆ มาสร้างหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

การคิดเชิงนวัตกรรม

การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นกระบวนการคิดในแนวทางสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ การสร้างนวัตกรรมเป็นได้ทั้งในรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถจับต้องได้ วิธีการใหม่ๆ และการเปลี่ยนแปลงกระบวนการที่ช่วยแก้ไขปัญหาหรือทำให้เกิดปัญหาน้อยลง เพิ่มประสิทธิภาพ ผลผลิตหรือมีคุณภาพดีขึ้น

ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) นวัตกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการของสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ด้วยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้สินค้าขายดีกว่าคู่แข่ง โดยการคิดเชิงนวัตกรรมช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น กาแฟอเมซอน สร้างนวัตกรรมให้เป็นร้านกาแฟออแกนิคสำหรับคนเดินทางและเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม กาแฟมีรสชาติดี มีหลาย เมนูให้เลือก เป็นต้น

2. ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น (productivity) นวัตกรรมที่ทำให้สามารถทำงานได้มากขึ้น หรือให้บริการที่ดีขึ้น เช่น การปรับปรุงกระบวนการทำใบอนุญาต โดยใช้วิธีการนัดหมายล่วงหน้าก่อนบริการถ่ายรูปและเสียค่าธรรมเนียมที่จุดเดียว ได้ใบอนุญาตภายใน 1 ชั่วโมง เป็นต้น ผู้รับบริการไม่ต้องรอคิวนาน ให้บริการได้มากขึ้นในเวลาที่เท่าเดิม

3. สร้างกำลังใจในการทำงานของพนักงาน (employee morale) เป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้พนักงาน ทำงานได้สะดวกขึ้น เช่น ออกแบบให้สามารถทำงานเสร็จในขั้นตอนเดียว หรือมีอุปกรณ์การทำงาน เช่น notebook หรือ iPad ช่วยให้พนักงานส่งงานได้สะดวกรวดเร็วขึ้น

4. เกิดการผลิตสินค้าใหม่ (new product development) เป็นนวัตกรรมที่ปรับตามความต้องการของสังคมหรือผู้บริโภค ทำให้เกิดการขับเคลื่อนและทันสมัยมากขึ้น เช่น นาฬิกาที่เชื่อมโยงกับแอปพลิเคชัน วัดค่าการเต้นของหัวใจ จำนวนก้าว และตัวชี้วัดด้านสุขภาพต่างๆ โทรศัพท์มือถือที่เพิ่มจำนวนกล้องหรือปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีถ่ายภาพให้ทันสมัย เป็นต้น

กระบวนการสร้างนวัตกรรม (design thinking process) แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน

1. การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (empathy) ทำความเข้าใจผู้ใช้งาน สินค้าหรือ บริการ เข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย โดยการสัมภาษณ์ การสังเกตการกระทำ คำพูด สภาพแวดล้อม เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ พฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกในการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งทราบข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบนวัตกรรมที่เหมาะสม เช่น การเข้าถึงบริการจองคิวผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. การตั้งกรอบโจทย์ (define) หลังจากทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว จึงระบุประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจนเป็นการตั้งกรอบโจทย์

3. การสร้างความคิด (ideate) เป็นการระดมสมองให้ได้ไอเดียมากที่สุด เน้นการคิดนอกกรอบ ความคิดสร้างสรรค์ แล้วนำมาคัดเลือกความคิดที่นำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหาได้

4. การสังเคราะห์คำตอบ (prototype) สร้างต้นแบบอย่างง่ายโดยนำความคิดที่ได้คัดเลือกไว้มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา และทดสอบแนวคิดกับผู้ใช้เพื่อเก็บข้อมูลแล้วนำมาปรับปรุงต้นแบบก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง การปรับปรุงต้นแบบสามารถได้หลายครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่านำไปใช้แก้ปัญหาได้จริง

5. การทดสอบต้นแบบ (testing) หมายถึง การทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยควรทดสอบกับคนที่มีความรู้ มีประสบการณ์และไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นผู้ใช้ในสถานการณ์จริง แล้วปรับปรุงและทดสอบจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้งานได้จริง

เครื่องมือสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. Personas เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้

2. Stakeholder map ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และพนักงาน

กลุ่มที่ 2 ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ครอบครัวพนักงาน นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นตั้ง

กลุ่มที่ 3 คู่แข่ง หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรสาธารณะประโยชน์ ลูกค้าหรือพนักงานในอนาคต ชุมชนนอกถิ่นตั้ง ประชาชนทั่วไป และระบบนิเวศโดยรวม

3. Customer journey map แผนที่การเดินทางของลูกค้า แสดงถึงเรื่องราวประสบการณ์ของลูกค้ากับแบรนด์ตั้งแต่เริ่มต้น เป็นความสัมพันธ์ของลูกค้าในระยะยาว

4. Service blueprint เป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบและวางแผนกระบวนการบริการ โดยพิจารณารายละเอียดใน customer journey map ว่าการบริการนั้นควรทำอย่าไร

5. Business model innovation การปรับเปลี่ยนธุรกิจรูปแบบเดิม ประกอบด้วย start-up, business model transformation, business model diversification และ business model acquisition

6. Rapid prototyping การสร้างชิ้นงานต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ สามารถเปลี่ยนความคิดไปสู่ชิ้นงานที่จับต้องได้ในเวลาอันสั้น ทำให้ทุกอย่างสมบูรณ์แบบที่สุดก่อนการผลิตจริง

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร ได้แก่

1. Process improvement ปรับปรุงกระบวนงานโดยนำข้อเสนอแนะของผู้ใช้กระบวนงานมาแก้ไขรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้กระบวนงานนั้นมีผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น

2. Incremental innovation เป็นนวัตกรรมจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นปัจจุบัน

3. Disruptive innovation เป็นการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เกิดเทคโนโลยีใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและพฤติกรรมผู้บริโภค

4. Digitalization เป็นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ ช่วยเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ผ่านช่องทางใหม่ๆ

ข้อดีของนวัตกรรมองค์กร ได้แก่

1. ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการประกอบธุรกิจสูงขึ้น
2. ทำให้องค์กรมีผลผลิตที่มีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
3. ทำให้องค์กรมีผลประกอบการดีและมีกำไรในการทำธุรกิจ
4. องค์กรพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง
5. องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม