



สรุปบทเรียนจากการพัฒนาความรู้

หลักสูตร จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม Building an Innovation Mindset

จัดทำโดย นางอติรัตน์ วงศ์ธานี

วิธีคิดในเชิงนวัตกรรม Innovative Thinking

วิธีคิดเชิงนวัตกรรม หรือ Innovation มีที่มาจาก

Invention (สิ่งประดิษฐ์) + Adoption (การเปลี่ยนแปลง)

การสร้างนวัตกรรม คือ การนำสิ่งประดิษฐ์ หรือ กระบวนการ มาสร้างการเปลี่ยนแปลง ในการสร้าง Invention (สิ่งประดิษฐ์) โดยไม่ได้มองว่าจะต้องเป็น Product หรือ สิ่งประดิษฐ์ที่จับต้องได้เพียงอย่างเดียว แต่ อาจจะเป็นการสร้างกระบวนการอะไรบางอย่างขึ้นมา

การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม Creating Innovative Ideas

การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) คือ กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม สิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมทางบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิง นวัตกรรม ได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน

ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน Competitive Advantage

ทำให้องค์กรสามารถชนะคู่แข่ง ตัวอย่าง “ Café Amazon เข้มข้น...เพื่อคนเดินทาง” โดยที่มาของชื่อแบรนด์ มาจากความต้องการให้ Café Amazon เป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคสามารถนั่งพักผ่อนระหว่างการเดินทางหรือใช้เป็นจุดนัดพบของผู้บริโภคยุคใหม่ที่นิยมดื่มกาแฟสดที่มีกลิ่นหอมกรุ่น รสชาติเข้มข้น ในบรรยากาศสบายๆ โดยร้านแต่ละสาขา หรือแต่ละจังหวัดที่อยู่ในปั้มจะไม่เหมือนกัน โดยเอาชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของร้าน เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม Amazon มอง Position ตัวเองที่ไม่เน้นความพรีเมียม แต่เน้นด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในการสร้างแบรนด์หรือนวัตกรรมต้องดูว่า Position ของตนเองอยู่ตรงไหน

2. ประสิทธิภาพการทำงาน Productivity เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ
3. กำลังใจของพนักงาน Employee Morale ถ้าพนักงานทำงานง่ายทำงานสะดวกขึ้น ทำให้มีกำลังใจในการทำงาน นวัตกรรมช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน
4. การผลิตสินค้าใหม่ New Product Development เช่น บริษัทผลิตโทรศัพท์ ผลิตสินค้าตัวใหม่ที่เป็นนาฬิกาที่สามารถวัดการเต้นของหัวใจ วัดอุณหภูมิ วัดออกซิเจนได้

วิธีคิดเชิงนวัตกรรมต้องทำอะไร

วิธีคิด จาก Mindset drive behaviors ทักษะคิดเปลี่ยน มีผลให้ พฤติกรรมของคน behaviors เปลี่ยน และจะได้ผลใหม่เกิดขึ้นมา แนวคิดทำให้พฤติกรรมคนเปลี่ยน ผลลัพธ์เปลี่ยนตาม การทำในองค์กรเราไม่สามารถคิดคนเดียวได้ การออกแบบทุกคนต้องช่วยกันคิด ทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เริ่มจากชุมชนใกล้ตัว

Creating Innovative Ideas การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม

1. Challenge คือ ความท้าทาย ถ้าต้องการสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรมต้องฟัง (Hear) ไม่ใช่เฉพาะการฟังจากหู ต้องฟังจากการสังเกต มีการใช้ Ai มาช่วยในการฟังเก็บข้อมูล เช่น Facebook ใช้กลยุทธ์ในการฟังเพื่อส่งข้อมูล ถ้าต้องการสร้างนวัตกรรมต้องฟังให้มาก
2. Ideas (Create)
3. Action (Deliver) นวัตกรรมที่สร้างขึ้น

Trend Driven Innovation จัปเอาเทรนด์ มาสร้างเป็นนวัตกรรม

1. Why Now โลกแห่งเศรษฐกิจของความคาดหวัง คนในสังคมคาดหวังอะไรจากสิ่งที่กำลังสร้างขึ้น ขณะที่มีการปรับเปลี่ยน จะมีความหวังใหม่ๆ เกิดขึ้น ได้แก่ คุณภาพที่สูงขึ้น ผลกระทบเชิงบวก การแสดงออกถึงตัวตน
2. Scan ความรู้ คือ โอกาส โดยหาความรู้ได้จากการอ่าน หรือ การฟัง แล้วนำความรู้มาปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วยความรู้ด้านต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็นพื้นฐาน (Basic Needs) ตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Drivers of Change) สร้างนวัตกรรม (Innovation)
3. Focus ก้าวพร้อมไปกับสิ่งใด เมื่อไร และอย่างไร โดยความพร้อมดูได้จากความซับซ้อนของประชากรศาสตร์แบบใหม่ (หลายช่วงวัย หลายเพศ ความสนใจที่หลากหลาย) การเข้าถึง (Access) การยินยอม (Permission) ความสามารถ (Ability) ความปรารถนา (Desire)
4. Create สร้างสรรค์ เปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกให้เป็นไอเดีย พยายามคิดนอกกรอบ หาข้อมูลเชิงลึกมาเป็นไอเดีย ลงมือปฏิบัติ ทำไอเดียให้เป็นจริงหรือ เพื่อรู้ว่ามีประโยชน์
5. Action ลงมือปฏิบัติ ต้องมีก้าวแรกพยายามทำก่อน
6. Culture เครื่องจักรปลดปล่อยโอกาส สร้างแรงบันดาลใจ สร้างระบบนิเวศที่ขับเคลื่อน นวัตกรรมแห่งความร่วมมือ

กระบวนการ Design Thinking : กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม Design Thinking Process

1. **การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย อย่างลึกซึ้ง (Empathy)** การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้งานสินค้า/บริการนั้น ๆ โดยทำความเข้าใจปัญหาที่เขาประสบอยู่เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมการใช้สินค้า/บริการ เช่น สังเกต หรือสัมภาษณ์
2. **การตั้งกรอบโจทย์ (Define)** การระบุประเด็นปัญหา โดยหลังจากที่ทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากขั้นตอนข้างต้นแล้ว ต้องทำการระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจนและเป็นประเด็นปัญหาที่แท้จริงเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป
3. **การสร้างความคิด (Ideate)** การระดมความคิด เป็นการระดมสมองเน้นปริมาณความคิด หรือปริมาณไอเดียให้ได้มากที่สุด โดยสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ เสร็จแล้วจึงค่อยมาคัดเลือกไอเดีย หรือความคิดที่จะนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหา



4. **การสร้างต้นแบบ (Prototype)** การสร้างต้นแบบอย่างง่าย โดยในขั้นตอนนี้เป็นการเอาความคิดหรือไอเดียที่คัดเลือกไว้แล้วจากขั้นตอน Ideate มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช่แก้ปัญหา ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการสร้างต้นแบบอย่างง่ายเพื่อทดสอบแนวคิด โดยนำไปทดสอบกับผู้ใช้เพื่อเก็บข้อมูล Feedback จากผู้ใช้แล้วนำมาปรับปรุงก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง โดยก่อนจะมีการทำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าออกมาจริงอาจมีการทำ Prototype หลายครั้ง เพื่อทดสอบเก็บข้อมูลและ Feedback จากกลุ่มผู้ใช้งานโดยขั้นตอนการทดสอบและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจะอยู่ในขั้นตอนถัดไป
5. **การทดสอบต้นแบบ (Testing)** เป็นการทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการ Feedback เพื่อเรียนรู้แล้ววนกลับไปขั้นตอนเริ่มต้น โดยอาจมีการวนหลายครั้งจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตออกสู่ตลาดได้จริง

นวัตกรรมในองค์กร Organization Innovation มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ
2. ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
3. องค์กรมีแลประกอบการที่ดีและมีกำไรในการทำธุรกิจ
4. องค์กรไม่หยุดพัฒนา ไม่นิ่งอยู่กับที่
5. องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

แนวทางในการพัฒนา

1. **Process improvement** ปรับเปลี่ยนขั้นตอน เช่น ปรับขั้นตอนให้สั้นลง ลดเวลาการทำงาน องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจประหยัดเวลา
2. **Incremental innovation** นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน
3. **Disruptive innovation** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่จนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม
4. **Digitalization** การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) ซึ่งต้องทั้งกระบวนการ Input Process Output อาจใช้ IoT หรือ Ai เป็นตัวช่วย โดยต้องดูบริบทความเหมาะสม

เครื่องมือเพื่อการสร้างนวัตกรรม Innovation Tools

1. **Personas** เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาเพื่อเป็น ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้ เพื่อคิดนวัตกรรมให้ตอบสนองได้อย่างเหมาะสม
2. **Stakeholder map** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องมาเกี่ยวข้องทั้งหมด นวัตกรรมที่พัฒนาต้องครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. **Customer Journey Map** ต้องทำเส้นทางดูตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการคิด กระบวนการพัฒนา
4. **Service Blueprint** ดูกระบวนการให้บริการหรือรับบริการทั้งหมดที่มีผู้มาเกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นจนจบ
5. **Business Model Innovation**
6. **Rapid Prototyping** ต้นแบบ ที่ทั้งแบบที่จับต้องได้ เป็น Model หรือ จับต้องไม่ได้ UI (User Interface) เช่น หน้าเว็บไซต์

แหล่งที่มา

หลักสูตร : จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม Building an Innovation Mindset

บรรยายโดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาวัลย์ อินทร์ชำนาญ คณบดี วิทยาลัยศรีเอทีพีดีไซน์ แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สถาบัน/หน่วยงาน/ระบบ : สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

รูปแบบหลักสูตร : e-Learning

ช่วงเวลาการฝึกอบรม : ส.ค. 2567