รายงานสรุปความรู้

ชื่อโครงการฝึกอบรม : จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)

วันที่เข้ารับการอบรม : ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๙

สถานที่ : ผ่านระบบออนไลน์ (e-Learning)

จัดโดย : สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล (TDGA)

ผู้จัดทำรายงาน : ส.อ. อนวัช ฉายสุวรรณ์ ตำแหน่ง เจ้าพนักงานการเงินและบัญชีชำนาญงาน

วัตถุประสงค์ :

เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรม รู้ถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร และตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของนวัตกรรมในการขับเคลื่อนองค์กรยุคดิจิทัล

สรุปเนื้อหาการฝึกอบรม :

ความหมายของการคิดเชิงนวัตกรรม

การคิดเชิงนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมการบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

๑. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) - นวัตกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการขององค์กร สามารถเอาชนะคู่แข่งได้ด้วยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้สินค้าของเราขายดีกว่าคู่แข่ง

๒. ประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) - เป็นนวัตกรรมที่ทำให้สามารถทำงานได้มากขึ้น หรือให้บริการที่ดีขึ้น

๓. กำลังใจของพนักงาน (Employee Morale) - เป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เช่น ออกแบบให้สามารถทำงานเสร็จในขั้นตอนเดียว

๔. การผลิตสินค้าใหม่ (New Product Development) - เป็นนวัตกรรมที่ทำให้องค์กรปรับเปลี่ยนขับเคลื่อน ทันสมัยตลอดเวลา ปรับตามความสนใจของสังคมหรือความต้องการของผู้บริโภค

การเรียนรู้กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process)

ในการเรียนรู้กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม จะต้องยึดผู้ใช้ (User) เป็นหลัก โดยพิจารณาว่าสิ่งที่สร้างอยู่ สร้างเพื่อใครใช้งาน หากผู้ใช้ชอบนวัตกรรมนั้น และมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนจะเป็นตัวขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เกิดความสำเร็จ

กระบวนการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process) แบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน

๑. การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathy) - เป็นการทำความเข้าใจผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ ทำความเข้าใจปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายประสบอยู่ โดยการสัมภาษณ์ การสังเกตจากการกระทำ การพูด สภาพแวดล้อม เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ พฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกจากการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งทราบข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงบริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบนวัตกรรมที่เหมาะสม

๒. การตั้งกรอบโจทย์ (Define) - เป็นการระบุประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน หลังจากทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว

๓. การสร้างความคิด (Ideate) - เป็นการระดมความคิดจากการระดมสมอง ให้ได้ปริมาณความคิด (Idea) มากที่สุด โดยส่งเสริมการคิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ แล้วค่อยนำมาคัดเลือกความคิดที่จะนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหา

๔. การสังเคราะห์คำตอบ (Prototype) - เป็นการสร้างต้นแบบอย่างง่าย โดยนำความคิดที่ได้คัดเลือกไว้มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา และทดสอบแนวคิดกับผู้ใช้ เพื่อเก็บข้อมูล Feedback แล้วนำมาปรับปรุงต้นแบบก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง สามารถทำและปรับปรุงต้นแบบได้หลายครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาได้จริง

๕. การทดสอบต้นแบบ (Testing) - การทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย ควรทดสอบกับคนที่มีความรู้ คนที่มีประสบการณ์ และคนที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะเป็นลักษณะของผู้ใช้ที่สามารถพบได้ในสถานการณ์จริง แล้วนำข้อมูล Feedback ที่ได้ ไปเรียนรู้เพื่อปรับปรุงและทดสอบจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้งานจริง

วัตถุประสงค์ของการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร (Organization Innovation)

- องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ
- ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
- องค์กรมีผลประกอบการที่ดี มีกำไรในการทำธุรกิจ
- องค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรม ให้เกิดความก้าวหน้ายิ่งขึ้น

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร สามารถแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น ๔ แนวทางคือ

๑. Process Improvement – เป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เน้นการปรับเปลี่ยนหรือลดขั้นตอนให้น้อยลง หรือใช้เวลาทำงานน้อยลง บริการได้มากขึ้น

๒. Incremental Innovation - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เกิดจากปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน หรือสินค้าเดิม

๓. Disruptive Innovation - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมแบบที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยสิ้นเชิงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

๔. Digitalization - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมโดยปรับเปลี่ยนทุกอย่างทั้งกระบวนการเป็นดิจิทัล

เครื่องมือเพื่อการสร้างนวัตกรรม (Innovation Tools)

เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างนวัตกรรมมีหลายเครื่องมือ สามารถเลือกใช้ตามนวัตกรรมได้ ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างนวัตกรรม เช่น

Personas - เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นตัวแทนลูกค้าในอุดมคติ

Stakeholder map - เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในกระบวนการ โดยสร้างเป็นแผนที่ตามสัดส่วนการมีส่วนได้ส่วนเสียกับกระบวนการ

Customer Journey Map - เป็นเครื่องมือที่มักใช้ในวงการโฆษณา โดยวิเคราะห์ว่า คนที่มาใช้สินค้าหรือบริการ มีวิธีคิดอย่างไร ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ

Service Blueprint - เป็นการวิเคราะห์ตั้งแต่กระบวนการให้บริการจนจบกระบวนการ แต่เน้นรายละเอียดมากกว่าการใช้ Customer Journey Map เพื่อพัฒนากระบวนการให้ง่ายขึ้น น่าเชื่อถือขึ้น

Business Model Innovation - เป็นเครื่องมือปรับปรุงกระบวนการภายใน จนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ของการดำเนินการ

Rapid Prototyping - เป็นการสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วเพื่อนำเสนอเป็นตัวอย่าง ก่อนนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์จริง

ประโยชน์ที่ได้รับ :

ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม มองเห็นแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับปรุงการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร