

สรุปบทเรียนที่ได้รับจากการพัฒนาความรู้
หลักสูตร “จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)
ผ่านระบบการฝึกอบรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
TDGA e - Learning

๑. วิธีคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking)

นวัตกรรม (Innovation) เกิดจากคำว่า สิ่งประดิษฐ์ (Invention) และ การเปลี่ยนแปลง (Adoption) ดังนั้นการสร้างนวัตกรรม คือการนำสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ หรือกระบวนการมาสร้างการเปลี่ยนแปลง

การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) คือกระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมทางบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

๑.๑ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) นวัตกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการขององค์กร สามารถเอาชนะคู่แข่งได้ด้วยความสามารถทางการแข่งขัน ทำให้สินค้าของเราขายดีกว่าคู่แข่ง โดยการคิดนวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าสินค้า สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า

๑.๒ ประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) นวัตกรรมที่ทำให้สามารถทำงานได้มากขึ้นหรือบริการที่ดีขึ้น

๑.๓ กำลังใจของพนักงาน (Employee Morale) นวัตกรรมที่ช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น

๑.๔ การผลิตสินค้าใหม่ (New Product Development) นวัตกรรมที่ทำให้องค์กรปรับเปลี่ยนขับเคลื่อน ทันสมัยตลอดเวลา ปรับตามความสนใจของสังคมหรือความต้องการของผู้บริโภค

๒. การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม (Creating Innovative Ideas)

๒.๑ Challenge ความท้าทายความคิด เกิดจากการฟังสังเกต การใช้กลยุทธ์ในการฟัง ช่วยทำให้พยายามส่งข้อมูลสินค้าให้กับลูกค้า หรือคนที่มาซื้อสินค้า หากต้องการสร้างนวัตกรรมต้องฟังให้มาก

๒.๒ Ideas ความคิดในการปรับเปลี่ยนนวัตกรรม

๒.๓ Action หากเรามีความคิดที่จะปรับเปลี่ยนนวัตกรรมใหม่ต้องลงมือปฏิบัติ

๓. การเรียนรู้กระบวนการและวิธีการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process)

ในการเรียนรู้กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม จะต้องยึดผู้ใช้ (User) เป็นหลักโดยพิจารณาว่าสิ่งที่สร้างอยู่ สร้างเพื่อใครใช้งาน หากผู้ใช้ชอบนวัตกรรมนั้น และมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยน จะเป็นตัวขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เกิดความสำเร็จ โดยมีขั้นตอนดังนี้

๓.๑ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Define) การทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้ใช้งานสินค้าและบริการนั้น ๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต

๓.๒ การตั้งกรอบโจทย์ (Define) การระบุประเด็นปัญหา โดยหลังจากที่ทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากขั้นตอนข้างต้นแล้ว ต้องทำการระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน และเป็นประเด็นปัญหาที่แท้จริงเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

๓.๓ การสร้างความคิด (Ideate) การระดมความคิด เป็นการระดมสมองเน้นความคิด โดยสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์

๓.๔ การสังเคราะห์คำตอบ (Prototype) การสร้างต้นแบบอย่างง่าย โดยในขั้นตอนนี้เป็นการเอาความคิดที่คัดเลือกไว้แล้วจากขั้นตอน การสร้างความคิด (Ideate) มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่แก้ปัญหา

๓.๕ การทดสอบต้นแบบ (Testing) เป็นการทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลที่ได้ เพื่อเรียนรู้แล้ววนกลับไปขั้นตอนเริ่มต้น โดยอาจมีการวนหลายครั้งจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตออกสู่ตลาดจริง

๔. นวัตกรรมในองค์กร (Organization Innovation) การพัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

๔.๑ องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ

๔.๒ ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น

๔.๓ องค์กรมีผลประกอบการที่ดี และมีกำไรในการทำธุรกิจ

๔.๔ องค์กรไม่หยุดพัฒนา ไม่นิ่งอยู่กับที่

๔.๕ องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

๕. เครื่องมือเพื่อการสร้างนวัตกรรม (Innovation Tools) กระบวนการดังนี้

๕.๑ Personas การสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้

๕.๒ Stakeholder map ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในกระบวนการ โดยสร้างเป็นแผนที่ตามสัดส่วนการมีส่วนได้เสียกับกระบวนการ

๕.๓ Customer Journey Map เครื่องมือที่มักใช้ในวงการโฆษณาโดยวิเคราะห์ว่า คนที่มาใช้สินค้าหรือบริการ มีวิธีคิดอย่างไร ต้องออกแบบกระบวนการให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ตัวเลือกเข้าถึงง่าย ข้อความกระชับ ออกแบบตัวเลือกให้ตัดสินใจได้เร็ว ส่งสินค้าและชำระเงินได้สะดวก เป็นต้น

๕.๔ Service Blueprint การวิเคราะห์ตั้งแต่กระบวนการให้บริการจนจบกระบวนการแต่เน้นรายละเอียดมากกว่าการใช้ Customer Journey Map เพื่อพัฒนากระบวนการให้ดีขึ้น น่าเชื่อถือขึ้น

๕.๕ Business Model Innovation เครื่องมือปรับปรุงกระบวนการภายใน จนเกิดรูปแบบใหม่ของการดำเนินการ

๕.๖ Rapid Prototyping การสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว เพื่อนำเสนอเป็นตัวอย่างก่อนนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์จริง

สรุปบทเรียนโดย : นางสาวนาถอนงค์ โสภภาพิมพ์ เจ้าหน้าที่งานธุรการชำนาญงาน

สถานีพัฒนาที่ดินสุรินทร์ สำนักงานพัฒนาที่ดิน เขต ๓

นาถอนงค์

(นางสาวนาถอนงค์ โสภภาพิมพ์)

เจ้าหน้าที่งานธุรการชำนาญงาน

ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

คุณ นากอนงค์ ไสกาพิมพ์

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน
จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม
(Building an Innovation Mindset)

จำนวนชั่วโมงการเรียนรู้ 1:30 ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)
ให้ ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2569

(นางไอรดา เหลืองวิไล)

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล

รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล



Signed by สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (Ins)
Date: 2024-02-20 17:31:31.765+07:00

9CC7592