

สรุปบทเรียนการพัฒนาความรู้

จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)

@@

ชื่อ-สกุล นายพลกฤษณ์ การรักษา ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ สังกัด สถานีพัฒนาที่ดินนครราชสีมา
สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 3

สรุปบทเรียน

ความหมายของการคิดเชิงนวัตกรรม การคิดเชิงนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถ แก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดย ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) - นวัตกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการ ของ องค์กร สามารถเอาชนะคู่แข่งได้ด้วยความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้สินค้าของเราขายดีกว่าคู่แข่ง
2. ประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) - เป็นนวัตกรรมที่ทำให้สามารถทำงานได้มากขึ้น หรือ ให้บริการที่ดีขึ้น
3. กำลังใจของพนักงาน (Employee Morale) - เป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เช่น ออกแบบให้สามารถทำงานเสร็จในขั้นตอนเดียว
4. การผลิตสินค้าใหม่ (New Product Development) - เป็นนวัตกรรมที่ทำให้องค์กรปรับเปลี่ยน ขั้บเคลื่อน ทันสมัยตลอดเวลา ปรับตามความสนใจของสังคมหรือความต้องการของผู้บริโภค การเรียนรู้ กระบวนการและวิธีการในการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process) ในการเรียนรู้กระบวนการและวิธีการ ในการสร้างนวัตกรรม จะต้องยึดผู้ใช้ (User) เป็นหลัก โดยพิจารณาว่า สิ่งที่สร้างอยู่ สร้างเพื่อใครใช้งาน หากผู้ใช้ ชอบนวัตกรรมนั้น และมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนจะเป็น ตัวขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เกิดความสำเร็จ กระบวนการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process) แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน

1. การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathy) - เป็นการทำความเข้าใจผู้ใช้งานสินค้า หรือบริการ ทำความเข้าใจปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายประสบอยู่ โดยการสัมภาษณ์ การสังเกตจากการกระทำ การพูดสภาพแวดล้อม เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ พฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกจากการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งทราบข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงบริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบนวัตกรรมที่เหมาะสม

2. การตั้งกรอบโจทย์ (Define) - เป็นการระบุประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน หลังจากทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว

3. การสร้างความคิด (Ideate) - เป็นการระดมความคิดจากการระดมสมอง ให้ได้ปริมาณความคิด (Idea) มากที่สุด โดยส่งเสริมการคิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ แล้วค่อยนำมาคัดเลือกความคิดที่จะนำไปสู่ แนวทางการแก้ปัญหา

4. การสร้างเค้าโครงคำตอบ (Prototype) - เป็นการสร้างต้นแบบอย่างง่าย โดยนำความคิดที่ได้คัดเลือกไว้มารสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา และทดสอบแนวคิดกับผู้ใช้ เพื่อเก็บข้อมูล Feedback แล้วนำมาปรับปรุงต้นแบบก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง สามารถทำและปรับปรุงต้นแบบได้หลายครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาได้จริง

5. การทดสอบต้นแบบ (Testing) - การทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย ควรทดสอบกับคนที่มีความรู้ คนที่มีประสบการณ์ และคนที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะเป็นลักษณะของผู้ใช้ที่ 'สามารถพบได้ในสถานการณ์จริง' แล้วนำข้อมูล Feedback ที่ได้ ไปเรียนรู้เพื่อปรับปรุงและทดสอบจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้งานจริง

วัตถุประสงค์ของการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร (Organization Innovation)

- องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ
- ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
- องค์กรมีผลประกอบการที่ดี มีกำไรในการทำธุรกิจ
- องค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรม ให้เกิดความก้าวหน้ายิ่งขึ้น แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร สามารถแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 4 แนวทางคือ

1. Process Improvement – เป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เน้นการปรับเปลี่ยนหรือลดขั้นตอนให้น้อยลง หรือใช้เวลาทำงานน้อยลง บริการได้มากขึ้น

2. Incremental Innovation - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เกิดจากปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน หรือสินค้าเดิม

3. Disruptive Innovation - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมแบบที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยสิ้นเชิงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

4. Digitalization - แนวทางการพัฒนานวัตกรรมโดยปรับเปลี่ยนทุกอย่างทั้งกระบวนการเป็นดิจิทัล เครื่องมือเพื่อการสร้างนวัตกรรม (Innovation Tools) เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างนวัตกรรมมีหลายเครื่องมือสามารถเลือกใช้ตามนวัตกรรมได้ ตัวอย่างเครื่องมือ ที่ใช้ในการสร้างนวัตกรรม เช่น Personas - เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นตัวแทนลูกค้าในอุดมคติ Stakeholder map - เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในกระบวนการ โดยสร้างเป็นแผนที่ ตามสัดส่วนการมีส่วนได้ส่วนเสียกับกระบวนการ Customer Journey Map - เป็นเครื่องมือที่ มักใช้ในวงการโฆษณา โดยวิเคราะห์ว่า คนที่ มาใช้สินค้า หรือบริการ มีวิธีคิดอย่างไร ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ Service Blueprint - เป็นการวิเคราะห์ตั้งแต่กระบวนการให้บริการจนจบกระบวนการ แต่เน้น รายละเอียดมากกว่าการใช้ Customer Journey Map เพื่อพัฒนากระบวนการให้ง่ายขึ้น น่าเชื่อถือขึ้น Business Model Innovation - เป็นเครื่องมือปรับปรุงกระบวนการภายใน จนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ของการดำเนินการ Rapid Prototyping - เป็นการสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วเพื่อนำเสนอเป็นตัวอย่าง ก่อนนำไปพัฒนาต่อยอด เป็นผลิตภัณฑ์จริง ประโยชน์ที่ได้รับ : ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม มองเห็นแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับปรุงการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร

ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

พลกฤษณ์ การรักษา

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน
จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม
(Building an Innovation Mindset)

จำนวนชั่วโมงการเรียนรู้ 1:30 ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)
ให้ ณ วันที่ 18 กันยายน 2569

(นางไอรดา เหลืองวิไล)

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล

รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล



38605523

Signed by สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.)
Digital Government Development Agency (Public
Organization) (DGA)

Date: 2026-09-18T17:38:44.957+07:00