จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาความรู้

๑. วิธีคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking)

มาจาก ๒ คำ คือสิ่งประดิษฐ์ และ การเปลี่ยนแปลง คือการนำสิ่งประดิษฐ์มาสร้างการเปลี่ยนแปลง อาจไม่ใช่สิ่งประดิษฐ์อย่างเดียว แต่อาจรวมถึงกระบวนการต่างๆ ก็ได้ มีความหมายคือ กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมทางบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรมได้แก่การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

๒.ประโยชน์การคิดเชิงนวัตกรรม มี ๔ ข้อคือ

๒.๑ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน - โดยต้องคำนึง position ของตนเอง (แบรนด์) อยู่ตรงไหน

๒.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน - เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ

๒.๓ เพิ่มกำลังใจในการทำงาน – ทำงานง่าย สะดวกขึ้น

๒.๔ การผลิตสิ่งใหม่ๆ – ตามการใช้ชีวิตและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

๓.การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย

๓.๑ challenge - ความท้าทาย ใช้ทักษะการฟัง จากการสังเกต และการเก็บข้อมูล

๓.๒ Ideas - การประดิษฐ์ คิดค้น

๓.๓ Action - ปฏิบัติ สร้างบางอย่างขึ้นมา

๔.การนำ Trend Driven มาขับเคลื่อนหรือสร้างนวัตกรรม โดยใช้หลักการ

๔.๑ ความคาดหวังของลูกค้า (คุณภาพที่สูงขึ้น ผลกระทบเชิงบวก ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เชื่อมต่อชุมชนเพื่อพัฒนา)

๔.๒ ความรู้คือโอกาส (การหาความรู้ อ่านหรือฟัง ความจำเป็นพื้นฐาน ตัวกระตุ้นการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมที่ดีที่สุด และความพร้อม)

๔.๓ โฟกัส และความซับซ้อนของกลุ่มเป้าหมาย (การเข้าถึง การยินยอม ความสามารถ และความปรารถนา)

๔.๔ เปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกเป็นไอเดีย พยายามคิดนอกกรอบ คิดร่วมกัน

๔.๕ ลงมือปฏิบัติ เริ่มปรับเปลี่ยนทีละส่วน

๔.๖ วัฒนธรรม ปลดล็อกโอกาสหรือไม่ คนรุ่นใหม่ควรคิดอะไรใหม่ๆ สร้างแรงบันดาลใจ สร้างระบบนิเวศที่ขับเคลื่อน และนวัตกรร็แห่งความร่วมมือ)

๕. กระบวนการสร้างนวัตกรรม ต้องเอาผู้ใช้งานเป็นประเด็นหลัก

๕.๑ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง แบบสอบถาม การสังเกต

๕.๒ การตั้งกรอบโจทย์ ระบุประเด็นปัญหา

๕.๓ การสร้างความคิด การระดมความคิดเน้นปริมาณความคิด หรือปริมาณไอเดียให้ได้มากที่สุด โดยสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ หรือข้อมูลใน socialหลังจากนั้นค่อยมาคัดเลือกความคิดที่จะนำไปสู่แนวทางแก้ปัญหา

๕.๔ การสร้างต้นแบบ เป็นต้นแบบอย่างง่ายเพื่อทดสอบแนวคิด โดยนำไปทดสอบกับผู้ใช้เพื่อเก็บข้อมูล แล้วนำมาปรับปรุงก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง

๕.๕ การทดสอบต้นแบบ เป็นการทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการ feedback เพื่อเรียนรู้แล้ววนกลับไปที่ขั้นตอนเริ่มต้น โดยอาจมีการวนหลายครั้งจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่ตลาดได้จริง

๖. นวัตกรรมในองค์กร

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพองค์กร ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น มีผลประกอบการที่ดี องค์กรไม่หยุดการพัฒนาก้าวหน้าไปยิ่งขึ้น

๗. แนวทางการพัฒนา

๗.๑ Process Improvement ทำให้ย่นระยะเวลาทำงานลง บริการได้มากขึ้น

๗.๒ Incremental Innovation นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน

๗.๓ Disruptive Innovation การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ จนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและพฤติกรรมผู้บริโภค นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

๗.๔ Digitalization องค์กรดิจิทัลทั้งระบบ

๘. เครื่องมือสร้างนวัตกรรม

๘.๑ Personas เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้

๘.๒ Stakeholder map ศึกษาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๘.๓ Customer Journey map ใช้ในวงการโฆษณากันมาก

๘.๔ Service Blueprint คือการนำเอา Customer Journey map มาดูในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

๘.๕ Business Model Innovation การทำ startup

๘.๖ Rapid Prototyping การทำต้นแบบอย่างง่ายและเร็วเพื่อนำเสนอ