

สรุปรายงานการพัฒนาข้าราชการการฝึกอบรมการพัฒนาทางไกลด้วยระบบการฝึกอบรม
ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลภาครัฐ (TDGA e-Learning)
หลักสูตร การกำหนดตัวชี้วัดรายบุคคลสำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงาน รุ่นที่ 1/2566
โดย นางสาวทิวา ปาตีคำ นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ กลุ่มวิชาการฯ

หลักสูตร จุดประกายความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม (Building an Innovation Mindset)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร
2. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม
3. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจกระบวนการและเครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร

1. วิธีคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovation Thinking)

1.1 การทำความเข้าใจนวัตกรรม

วิธีคิดในเชิงนวัตกรรม Innovation ประกอบด้วยคำว่า Invention กับ Adoption คือ สิ่งประดิษฐ์บวกกับการเปลี่ยนแปลง เพราะฉะนั้นการสร้างนวัตกรรม คือ การนำสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ มาสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยการสร้างนวัตกรรมไม่ใช่การสร้างสิ่งประดิษฐ์อย่างเดียว แต่อาจเป็นกระบวนการอะไรบางอย่าง โดยไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยี

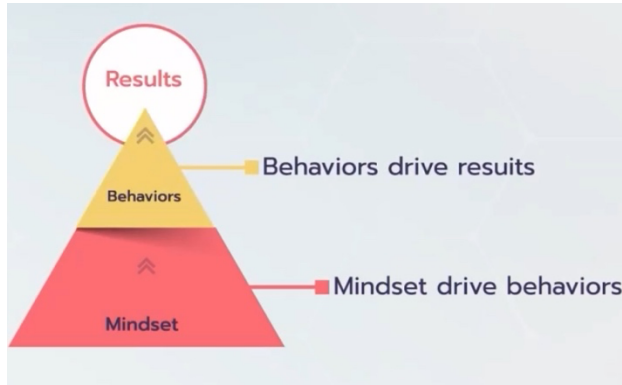
1.2 วิธีคิดเชิงนวัตกรรม

คือ กระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาของผู้ใช้งานได้ เช่น นวัตกรรมทางบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรมได้แก่ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ประโยชน์ของการคิดเชิงนวัตกรรม

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือ เราจะชนะเหนือคู่แข่งอย่างไร
2. ประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) คือ คนสามารถทำงานได้มากขึ้นหรือเปล่า เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ
3. กำลังใจของพนักงาน (Employee Morale) คือ อะไรก็ตามที่เรารู้สึกว่าทำงานแล้วสะดวกขึ้น ทำให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
4. การผลิตสินค้าใหม่ (New Product Development) คือ องค์กรปรับเปลี่ยน ขับเคลื่อน ทนสมัยตลอดเวลา

1.3 แนวทางและประโยชน์ทางการคิดเชิงนวัตกรรม



เกิดจากวิธีคิดจาก Drive Mindset ทำให้รู้สึกวาทศนะคนเปลี่ยน หลังจากนั้นจะเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมคน (Behavior) ก่อให้เกิดผลใหม่เกิดขึ้นมา
แนวคิดทำให้พฤติกรรมคนเปลี่ยน ผลของมันก็จะเปลี่ยนตาม

2. การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม (Creating Innovative Ideas) แบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ

2.1 Challenge

2.2 Ideas

2.3 Action

Trend Driven Innovation (จับเอาเทรนด์ มาสร้างเป็นนวัตกรรม)

1. Why Now – โลกแห่งเศรษฐกิจแห่งความคาดหวัง หมายความว่า คนในสังคมคาดหวังอะไรจากสิ่งที่เรากำลังสร้างขึ้น ทำได้ โดย
 - คุณภาพที่สูงขึ้น (การทำลายเชิงสร้างสรรค์) คือ ถ้าเราผลิตสินค้ามาหนึ่งอย่าง จะมีคนเลียนแบบทันที ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ คือ ราคาถูกลง ทำให้เกิดคุณภาพที่สูงขึ้น
 - ผลกระทบเชิงบวก (รู้สึกผิดกับสิ่งแวดล้อม)
 - การแสดงออกถึงตัวตน (การเชื่อมต่อชุมชน)
2. Scan – ความรู้คือโอกาส
 - ความจำเป็นพื้นฐาน (Basic Need)
 - ตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Drivers of Change)
 - นวัตกรรม (Innovations)
3. Focus - ก้าวพร้อมไปกับสิ่งใด เมื่อไร และอย่างไร
ความซับซ้อนของประชากรศาสตร์แบบใหม่
 - การเข้าถึง (Access)
 - การยินยอม (Permission)
 - ความสามารถ (Ability)
 - ความปรารถนา (Desire)

4. Create – เปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกให้เป็นไอเดีย
5. Action – ลงมือปฏิบัติ ทำไอเดียให้เป็นจริง หรือเพื่อให้รู้ว่ามีประโยชน์
6. Culture – เครื่องจักรปลดล็อคโอกาส

3. การเรียนรู้กระบวนการ และวิธีการในการสร้างนวัตกรรม (Design Thinking Process)

5 Step ของ Stamford

1. การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize) การทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือผู้ใช้งานสินค้า/บริการนั้น ๆ โดยทำความเข้าใจปัญหาที่เขาประสบอยู่เพื่อให้เข้าถึงความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมการใช้สินค้า/บริการ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์

2. การตั้งกรอบโจทย์ (Define) การระบุประเด็นปัญหา โดยหลังจากที่ทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากขั้นตอนข้างต้นแล้ว ต้องทำการระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน และเป็นประเด็นปัญหาที่แท้จริงเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

3. การสร้างความคิด (Ideate) การระดมความคิด เป็นการระดมสมองเน้นปริมาณความคิด หรือปริมาณไอเดียให้ได้มากที่สุด โดยสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ เน้นความคิดสร้างสรรค์ เสร็จแล้วจึงค่อยมาคัดเลือกไอเดีย หรือความคิดที่จะนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหา

4. การสังเคราะห์คำตอบ หรือการสร้างต้นแบบ (Prototype) การสร้างต้นแบบอย่างง่าย โดยในขั้นตอนนี้เป็นการเอาความคิดหรือไอเดียที่คัดเลือกไว้แล้วจากขั้นตอน Ideate มาสร้างต้นแบบนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการสร้างต้นแบบอย่างง่ายเพื่อทดสอบแนวคิด โดยนำไปทดสอบกับผู้ใช้ เพื่อเก็บข้อมูล feedback จากผู้ใช้แล้วนำมาปรับปรุงก่อนสร้างผลิตภัณฑ์จริง โดยก่อนจะมีการทำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าออกมาจริงอาจมีการทำ Prototype หลายครั้งเพื่อทดสอบ เก็บข้อมูลและ feedback จากกลุ่มผู้ใช้งานโดยขั้นตอนการทดสอบและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจะอยู่ขั้นตอนถัดไป

5. การทดสอบต้นแบบ (Test) เป็นการทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการ feedback เพื่อเรียนรู้แล้ววนกลับไปขั้นตอนเริ่มต้น โดยอาจมีการวนหลายครั้งจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตออกสู่ตลาดได้จริง

4. นวัตกรรมในองค์กร (Organization Innovation)

มีวัตถุประสงค์ คือ

1. องค์กรมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบธุรกิจ
2. ผลผลิตขององค์กรมีคุณภาพดีและมีมูลค่าสูงขึ้น
3. องค์กรมีผลประกอบการที่ดี และมีกำไรในการทำธุรกิจ
4. องค์กรไม่หยุดพัฒนา ไม่นิ่งอยู่กับที่

5. องค์กรมีทุนในการพัฒนาธุรกิจตลอดจนอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

แนวทางการพัฒนา

1. Process improvement การปรับขั้นตอนให้สั้นลง
2. Incremental innovation นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นปัจจุบัน
3. Disruptive innovation หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่จนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน และพฤติกรรมผู้บริโภคและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม
4. Digitalization เป็นกระบวนการ Input Process และ Output เป็นรายงานออกมา

5. เครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร (Innovation Tools)

5.1 Personas เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมา เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้

5.2 Stakeholder map แผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5.3 Customer Journey map แผนที่แสดงลำดับขั้นตอนของกลุ่มเป้าหมาย กลายเป็นลูกค้า ต้องผ่านอะไรบ้าง และมีการบรรยายละเอียดในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียดเพื่อที่จะได้นำไปวิเคราะห์และปรับปรุงพัฒนาแก้ไขต่อไป เพื่อประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า

5.4 Service Blueprint เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้มองเห็นถึงภาพรวมของงานทั้งหมด โดยจะแสดงในรูปแบบของแผนผังกระบวนการที่ระบุถึงขั้นตอนของการทำงานทั้งจุดที่มีการติดต่อกับลูกค้า และกระบวนการสนับสนุนภายใน รวมถึงองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังมองเห็นถึงบทบาทของลูกค้าและพนักงานในแต่ละส่วนด้วย ซึ่งจะเป็ประโยชน์อย่างมากสำหรับการออกแบบบริการใหม่ หรือทำให้เห็นจุดบกพร่องของงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันและนำไปสู่การวางแผนการทำงานอย่างเหมาะสม รวมถึงการหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขปัญหา

5.5 Business Model Innovation นวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงกระบวนการภายใน จนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ของการดำเนินธุรกิจ

5.6 Rapid Prototyping เทคโนโลยีการสร้างต้นแบบรวดเร็ว คือการสร้างชิ้นงานต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ คือวิวัฒนาการอีกขั้นของการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน ความสามารถในการเปลี่ยนความคิดไปสู่ชิ้นงานที่จับต้องได้ในเวลาอันสั้น ไม่ได้เพียงเร่งกระบวนการผลิตให้เร็วขึ้น แต่หมายความว่าคุณมีเวลาและโอกาสมากขึ้นในการทำให้ทุกอย่างสมบูรณ์แบบที่สุุดก่อนการผลิตจริง