

(HandBook)

Innovative Orgnization

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเพื่อสร้างองค์กรนวัตกรรม



คู่มือประกอบการฝึกอบรม

สารบัญ

บทที่ 1 การเข้าร่วมอบรมออนไลน์ (Online Workshop Guide).....	3
บทที่ 2 กระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process).....	13
วิธีการสร้างนวัตกรรมแบบปิดและแบบเปิด.....	17
โมเดลพัฒนานวัตกรรมจากความคิด (The Stage-Gate model).....	20
กิจกรรม Workshop – Transformation Project Idea Canvas.....	32
ขั้นตอนจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน.....	34
การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม.....	38
กิจกรรม Workshop – Lean Business.....	42
บทที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ (Learning Organization).....	44
องค์ความรู้ (Knowledge).....	45
กรอบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Framework).....	48
กิจกรรม Workshop – Knowledge Map.....	56
องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Organizational Learning).....	58
บทที่ 4 วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovative Culture).....	64
การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมให้กับองค์กร.....	65
วิธีการสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร.....	70
การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อนวัตกรรม.....	74
กิจกรรม Workshop – Brainstorming for Innovation.....	79
บทที่ 5 การบริหารทรัพยากร (Resource Management).....	81
การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management).....	82
การพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมให้บุคลากร.....	87
วิธีการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ.....	89
การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management).....	98
กิจกรรม Workshop – ADKAR Model.....	101

บทที่ 1

การเข้าร่วมอบรมออนไลน์ (Online Workshop Guide)



Key Learning Objectives:

- ✓ รับรู้ถึงข้อควรปฏิบัติและมารยาทการเข้าร่วมอบรมออนไลน์ (Online Workshop Etiquette)
- ✓ เรียนรู้วิธีการใช้งานและตั้งค่าโปรแกรม Zoom เพื่อให้สามารถเข้าร่วมการอบรมได้อย่างราบรื่น
- ✓ ทำความรู้จักกับเครื่องมือการทำกิจกรรมออนไลน์ เช่น Mural สำหรับการแลกเปลี่ยนไอเดียระหว่างกิจกรรม

มารยาทการเข้าร่วมการอบรมออนไลน์

การเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นวิธีการที่สะดวกและปลอดภัยกับทุกฝ่ายในสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 นี้ อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถมีส่วนช่วยให้กิจกรรมการฝึกอบรมเป็นไปด้วยความราบรื่น และมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าอบรม ให้ความร่วมมือในกิจกรรมอย่างเต็มที่ และปฏิบัติตามข้อแนะนำดังต่อไปนี้

Online Workshop Etiquette

มารยาทการเข้าร่วม
การอบรมออนไลน์



ตั้งชื่อ Account ด้วยชื่อจริง(ชื่อเล่น)
เช่น หยาดอรุณ (เอม)



งดการใช้เสียง (ปิดไมค์)
ระหว่างที่วิทยากรกำลังสอน



เข้าร่วมห้องประชุมออนไลน์ผ่าน
โปรแกรม Zoom อย่างตรงเวลา



ระหว่างการ Workshop
ต้องเปิดกล้องทุกครั้ง



ศึกษาเครื่องมือการเรียนการสอน
และเตรียมตัวให้พร้อมก่อนล่วงหน้า
(สมัครสมาชิก ZOOM และ Mural)



หากมีคำถามให้กดที่
เครื่องหมาย 🙋 ใน Zoom
หรือเขียนถามในแชท



มีส่วนร่วมในกิจกรรมและการ
แลกเปลี่ยนไอเดีย ทั้งแบบห้องรวม
และการแบ่งกลุ่มย่อย



ในกรณีที่วิทยากรต้องการ
ให้ผู้ร่วมกิจกรรมใช้เสียง
รบกวนเปิดไมค์ด้วย

นอกจากนี้ ผู้เข้าอบรมยังสามารถมีส่วนช่วยให้บรรยากาศของการอบรมออนไลน์ออกมาดีขึ้นได้ โดยคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- 1) เลือกสถานที่ที่มีความเงียบสงบ
- 2) ตรวจสอบสภาพอินเทอร์เน็ต กล้อง และไมโครโฟนให้เรียบร้อย
- 3) เข้าร่วมก่อนเวลาเริ่มอย่างน้อย 10 นาที
- 4) จัดทำนั่งให้วิทยากรสามารถเห็นหน้าได้อย่างชัดเจน
- 5) ไม่ควรทำกิจกรรมอื่นๆ ระหว่างการฝึกอบรม

การใช้งานและตั้งค่าโปรแกรม Zoom

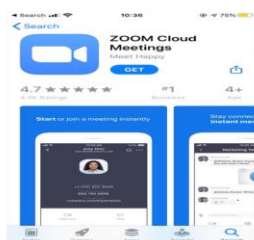
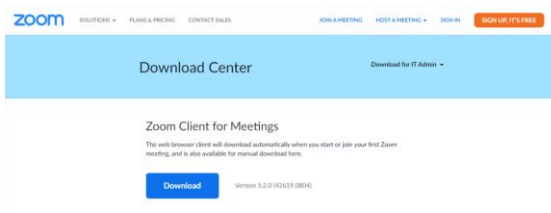
โปรแกรม Zoom เป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์เพื่อการติดต่อสื่อสารแบบวิดีโอคอลและแชท ซึ่งเป็นตัวช่วยยอดเยี่ยมสำหรับช่วง Work From Home ช่วยให้การประชุมหรือการคุยทางไกลเป็นเรื่องง่าย อีกทั้งยังรองรับการแชร์ไฟล์ต่างๆ ทำให้เหมาะกับการทำงานของทีมใหญ่ หรือการเรียนออนไลน์

- เป็นโปรแกรมประชุมออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- โปรแกรม Zoom มีความปลอดภัยสูง เพราะมีการเข้ารหัสแบบ End-to-End Encryption ซึ่งเทียบเท่ากับโปรแกรมแชทต่างๆ อย่าง Whatsapp หรือ LINE



ฟังก์ชันที่โดดเด่นของ Zoom คือ

- รองรับคุณภาพของภาพและเสียงในระดับ HD
- สามารถอัดวิดีโอการประชุมเอาไว้ แล้วเอามาดูย้อนหลังได้
- รองรับการเชื่อมต่อกับปฏิทินได้ เช่น Google Calendar หรือ Outlook เป็นต้น
- สามารถเก็บข้อมูลได้นาน และสามารถบันทึกบทสนทนาในห้องแชทได้



โปรแกรม Zoom สามารถดาวน์โหลดได้ทั้ง บนคอมพิวเตอร์บนเว็บเบราว์เซอร์ และรูปแบบแอปพลิเคชัน Zoom บนโทรศัพท์มือถือ (รองรับทั้งระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และ iOS)

เพื่อความสะดวกในการอบรม ผู้ร่วมโครงการควรที่จะต้องสมัครสมาชิก ก่อนวันเรียนอย่างน้อย 1-2 วัน รวมถึงการตรวจสอบและตั้งค่าโปรไฟล์ให้เหมาะสม โดยการใช้ชื่อจริง หรือชื่อเล่น พร้อมรูปปัจจุบันของคุณ

คุณสามารถเข้าแก้ไขโปรไฟล์ผ่านชุมชนเว็บเบราว์เซอร์ (<https://zoom.us/signin>)

1

Sign In

Email Address
Email Address

Password
Password [Forgot?](#)

Zoom is protected by reCAPTCHA and the Privacy Policy and Terms of Service apply.

[Sign In](#)

☒ Stay signed in [New to Zoom? Sign Up Free](#)

or

[Sign in with SSO](#)

[Sign in with Google](#)

[Sign in with Facebook](#)



สมัครสมาชิกโดยใช้ที่อยู่ Email ได้ฟรี หรือจะ Sign In เข้าใช้งานด้วยโปรไฟล์ SEO, Google และ Facebook ได้ง่ายๆ

ตั้งค่าโปรไฟล์ให้ถูกต้อง

1. เปลี่ยนเป็น ชื่อจริงหรือชื่อเล่นของคุณ
2. เปลี่ยนรูปโปรไฟล์เป็นรูปคุณในปัจจุบัน

2

zoom SOLUTIONS PLANS & PRICING CONTACT SALES SCHEDULE A MEETING JOIN A MEETING HOST A MEETING

PERSONAL

Profile

Meetings

Webinars

Recordings

Settings

ADMIN

> User Management

> Room Management

> Account Management

> Advanced

Change Delete

ชื่อจริง(ชื่อเล่น) [Edit](#)

Personal Meeting ID [Show](#) [Edit](#)

https://zoom.us/j/***** [Show](#)

× Use this ID for instant meetings

Sign-In Email [Show](#) [Edit](#)

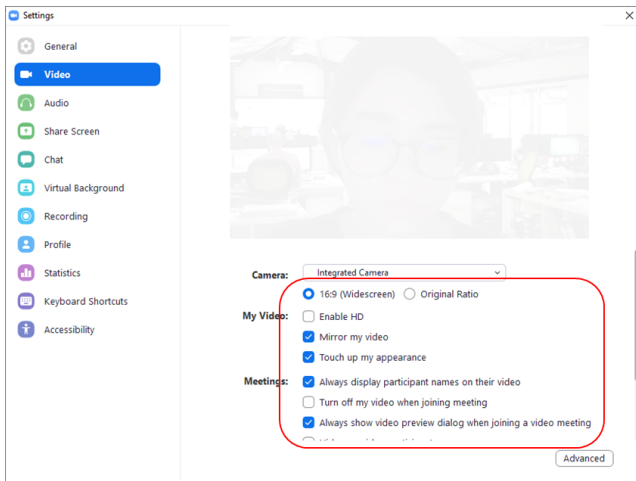
Linked accounts: [+](#)

User Type Basic [Upgrade](#)

หมายเหตุ:

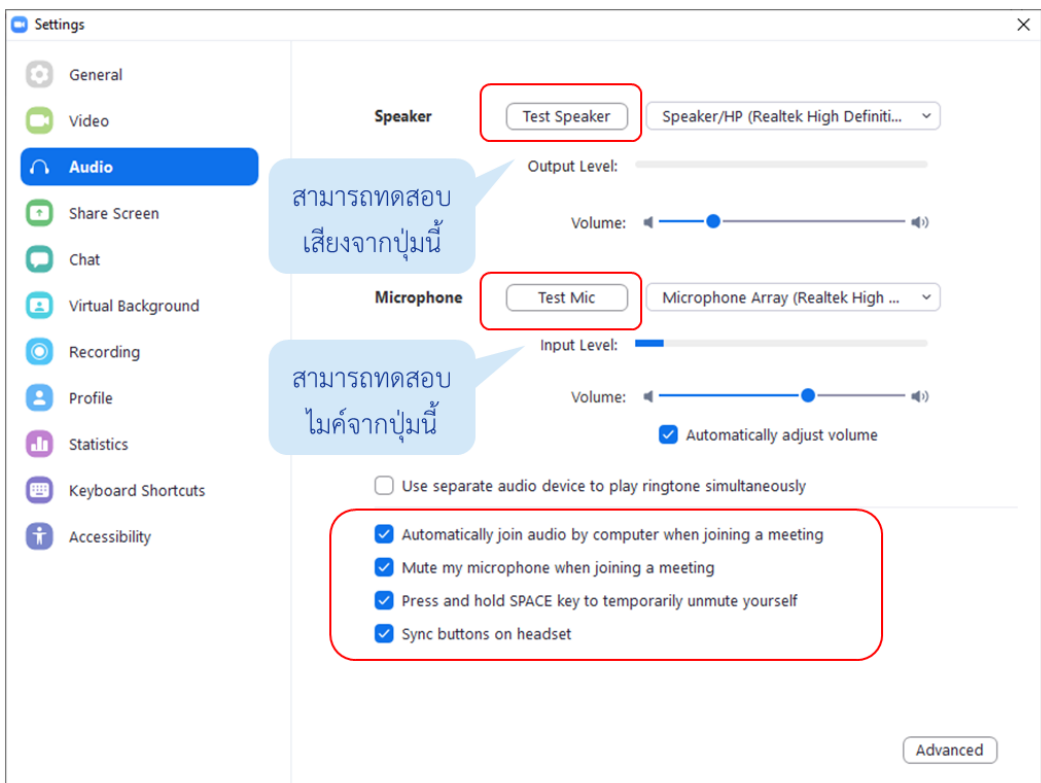
คุณสามารถตั้งค่าโปรไฟล์ผ่านการ Sign In บนเว็บไซต์ (Web Browser) เท่านั้น โดยไม่สามารถตั้งค่าโปรไฟล์ผ่านโปรแกรมและแอปพลิเคชันได้

3 ตั้งค่ากล้องและไมค์ให้พร้อมสำหรับการใช้งาน โดยสามารถตั้งค่าได้ตามรูปข้างต้น



การตั้งค่าที่สำคัญ (ตามรูป):

- เลือกให้เข้าร่วมการประชุมด้วยเสียงของคอมพิวเตอร์ทุกครั้ง (Automatically join audio by computer when joining a meeting)
- เลือกให้ปิดเสียงทุกครั้งเมื่อเข้าร่วมประชุม (Mute my microphone when joining a meeting)



เมื่อเข้าร่วมการประชุมแล้ว จะขึ้นหน้าจอตั้งภาพ

The screenshot shows a Zoom meeting window. A 'Select a Microphone' and 'Select a Speaker' dialog box is open. The 'Mute' and 'Stop Video' buttons are highlighted with a red box. The 'Chat' button is also highlighted with a red box. A 'Zoom Group Chat' window is open at the bottom, showing the 'To' dropdown menu set to 'Everyone'.

ปุ่ม Reaction มีไว้เพื่อแสดงความ
คิดเห็น เช่น การเห็นด้วย หรือ
ยกมือ (👏) ขอสิทธิ์ในการพูด
หรือถามคำถาม

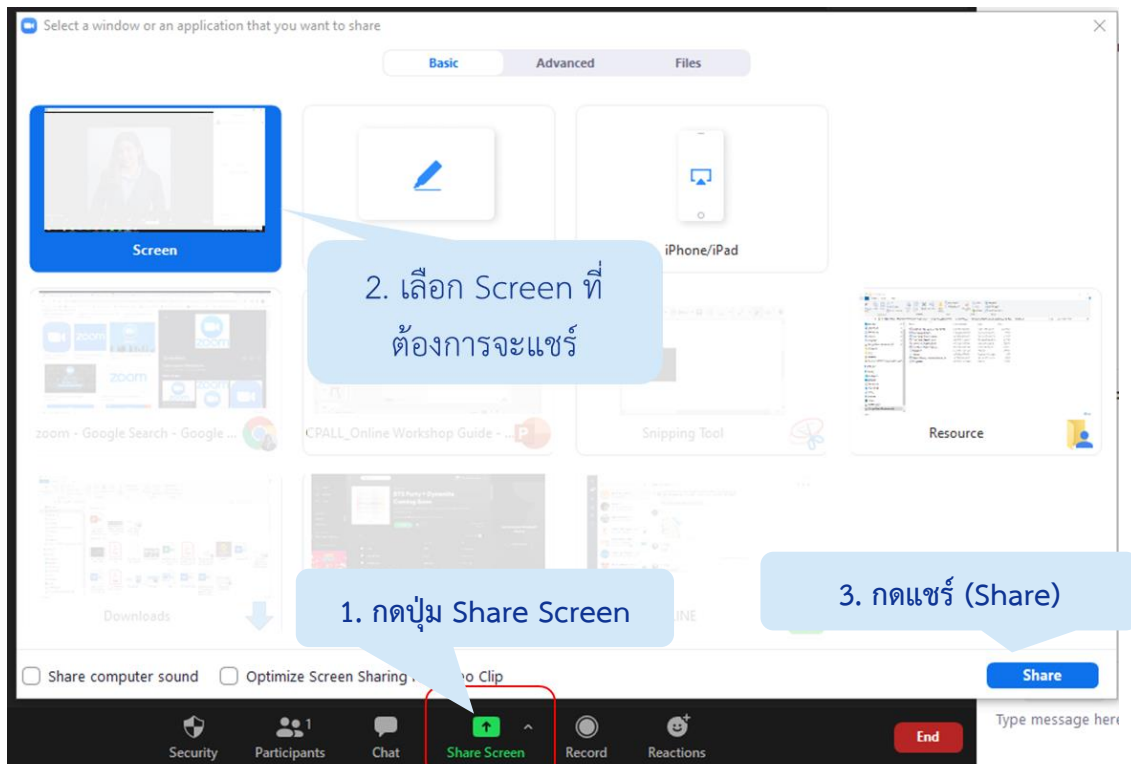
กดเมื่อต้องการ เปิดหรือ
ปิดเสียง และวิดีโอ

ปุ่มแชท ใช้เมื่อต้องการสนทนากับ
ผู้อื่น ถามคำถาม เป็นต้น

สามารถเปลี่ยนชื่อผู้ที่จะส่งข้อความ
ด้วย เช่น ทุกคน (Everyone)
รายบุคคล เป็นต้น

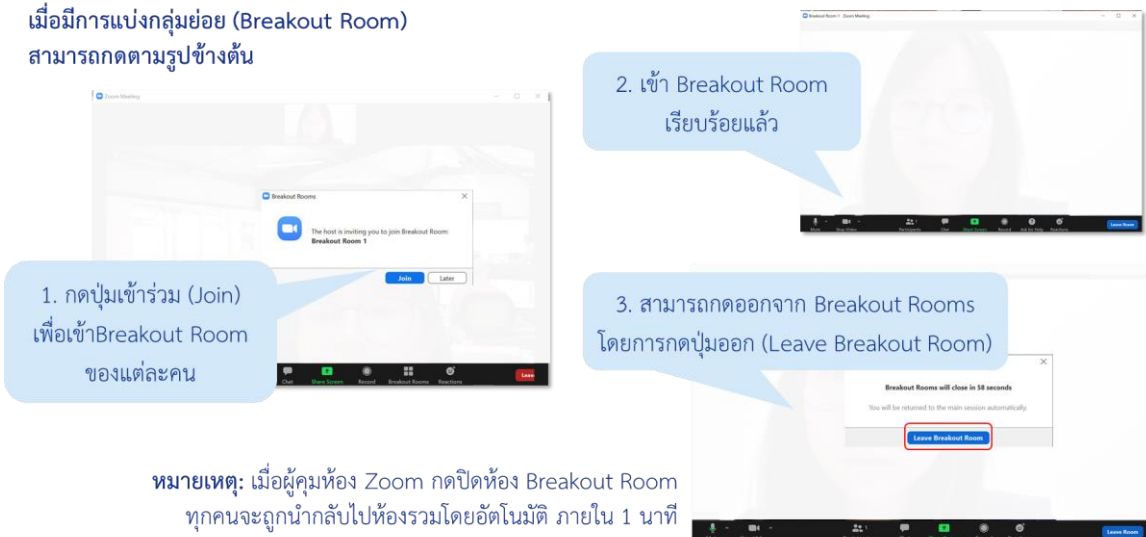
4 การแชร์ Screen

สามารถแชร์ Screen ให้ผู้ร่วมกิจกรรมอื่นได้ โดยเลือก Screen ที่ต้องการจะแชร์ จากนั้น กดแชร์ ดังรูป



5 การเข้า-ออก Breakout Room สำหรับการทำกิจกรรมแบบแบ่งกลุ่มย่อย

เมื่อมีการแบ่งกลุ่มย่อย (Breakout Room) สามารถกดตามรูปข้างต้น



หมายเหตุ: เมื่อผู้คุมห้อง Zoom กดปิดห้อง Breakout Room ทุกคนจะถูกนำกลับไปห้องรวมโดยอัตโนมัติ ภายใน 1 นาที

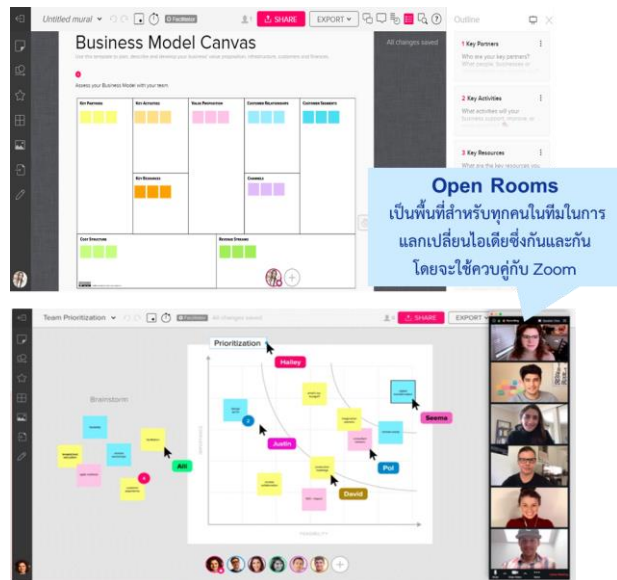
เครื่องมือการทำกิจกรรมออนไลน์ Mural



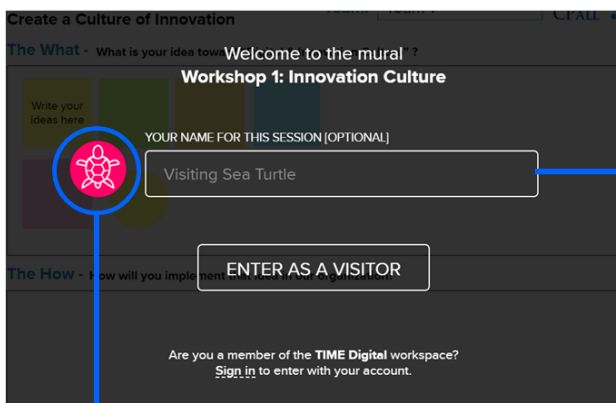
แพลตฟอร์มการแลกเปลี่ยนไอเดียแบบออนไลน์

- Brainstorming Session
- Transformation Project Idea Template
- Customer Journey Canvas
- Value Proposition Canvas
- Business Model Canvas

➔ สำหรับการร่วมกิจกรรมในห้องเรียน



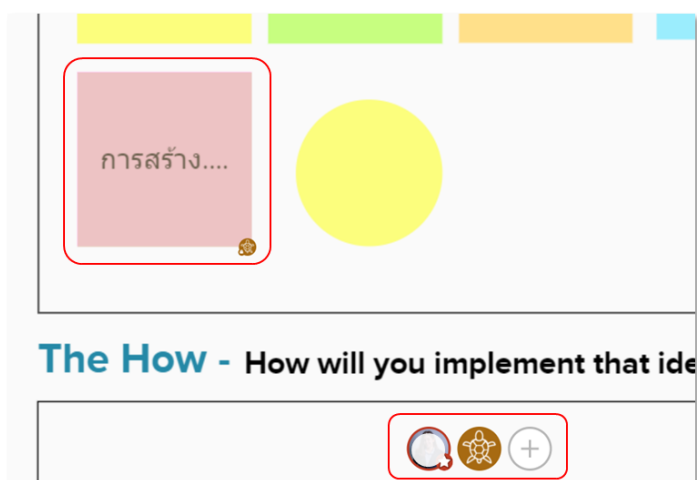
คุณสามารถเข้าสู่กระดาน Mural เพื่อแลกเปลี่ยนไอเดีย ร่วมทำกิจกรรม Workshop หรือ Brainstorming Session ต่างๆ ผ่าน Visitor Link (ลิงค์ผู้เยี่ยมชม) ที่ทีมวิทยากรจะส่งให้ผ่านแชท โดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิก



ก่อนการเข้าห้อง/กระดาน Mural
คุณจะต้องกรอก ชื่อจริงหรือชื่อ
เล่นของคุณ เพื่อให้เพื่อนร่วมทีม
และวิทยากร สามารถระบุตัวตน
ของคุณได้

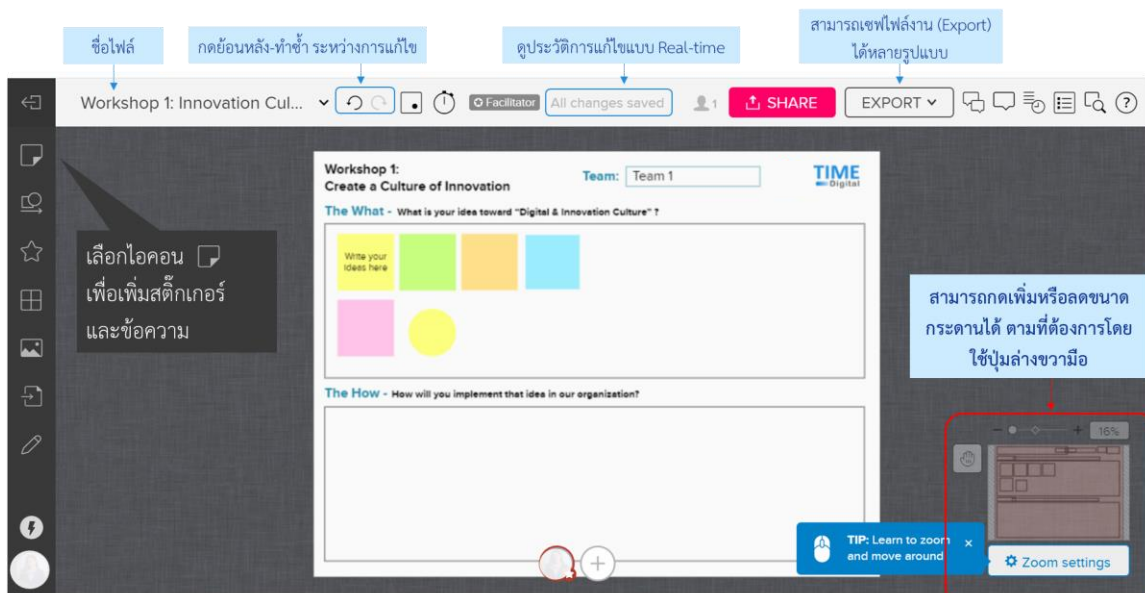
นอกจากชื่อ คุณยังสามารถระบุตัวตนของเพื่อนร่วมกระดาน
Mural ผ่านรูปสัตว์ชนิดต่างๆ เช่น Visiting Turtle เป็นต้น

โดยทุกคนที่อยู่บนกระดานเดียวกันจะสามารถเห็นได้ว่าคนอื่นๆ กำลังทำอะไรอยู่บนกระดาน เช่น นาย A กำลังสร้าง Post-it อยู่ เป็นต้น



รูปแบบของหน้ากระดานจะมีหน้าตาเหมือนแผ่นกระดาษเปล่าๆ หรือแผ่น Canvas สำหรับการทำกิจกรรมที่มี Template โหล่งๆ โดยผู้ใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างสนุกสนาน

- แผ่น Post-it สีต่างๆ เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรม
- กล่องข้อความ (Text box) เส้น และรูปร่างต่างๆ
- แทรกรูปภาพและ icon ได้ตามต้องการ



Getting started in MURAL

ADD ELEMENTS

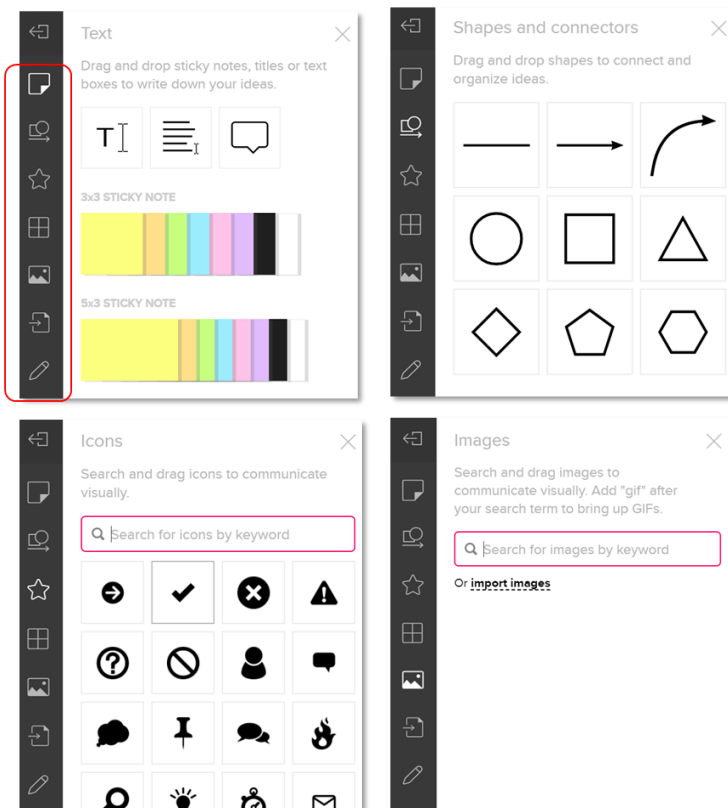
- Add sticky notes by double clicking on the mural
- Add text and other elements by dragging them from the sidebar
- Add images by dragging them in from your computer
- Add links and other files by pasting them into the mural (Ctrl + V)

EDIT ELEMENTS

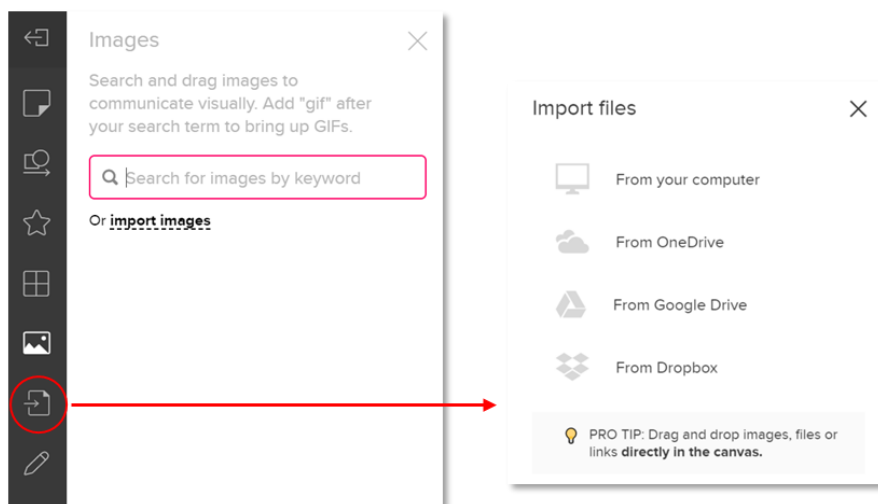
- Double click Sticky Notes, Text Boxes and Titles to edit their text
- Right click any element for more options

NAVIGATE THE MURAL

- Use your mouse to zoom
- Click and drag to move



- คุณสามารถสร้างกล่องข้อความหลากหลายรูปแบบ หรือเลือกใช้ Post-It ในแบบที่ต้องการ
- สร้างรูปทรงและเส้นต่างๆ ได้ตามใจชอบ
- เลือกหา Icon และรูปภาพที่ต้องการ หรือจะนำเข้า (Import) รูปภาพและไฟล์ต่างๆ จากเครื่องของคุณก็ได้



บทที่ 2

กระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process)



Key Learning Objectives:

- ✓ สร้างความเข้าใจกับกระบวนการนวัตกรรมเพื่อนำไปปรับใช้ในองค์กร
- ✓ ศึกษาการจัดการและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรม
- ✓ เรียนรู้เทคนิคและกรณีศึกษาการเปลี่ยนแปลงองค์กรจากผู้เชี่ยวชาญ

กระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process)

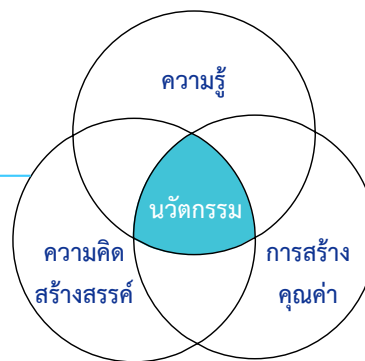
นวัตกรรม (Innovation) คืออะไร

นวัตกรรม (Innovation) คือความคิดใหม่ ไอเดียใหม่ หรือสิ่งใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ที่มาจากความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างประโยชน์ ความแตกต่าง และการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์กร เช่น ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และโมเดลธุรกิจใหม่ เป็นต้น



นวัตกรรม (Innovation) คืออะไร

ความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ที่มาจาก ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้าง ประโยชน์ ความแตกต่าง และการ เปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์กร



นอกจากนี้ นวัตกรรมยังหมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือ ประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ที่มีคุณค่า (Value Creation) และมีประโยชน์ต่อผู้อื่น เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเมื่อมีคุณค่าและมี ประโยชน์แล้วจะสามารถขยายผลต่อได้เชิง พาณิชย์ หรือขายได้นั่นเอง

โดยมี 3 องค์ประกอบหลักที่สร้าง ให้เกิดนวัตกรรมได้แก่

- 1) องค์ความรู้ (Knowledge)
- 2) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และ
- 3) การสร้างคุณค่า (Value Creation)

Note

การทำความเข้าใจประเภทของนวัตกรรมทั้ง 10 รูปแบบ ซึ่งครอบคลุมทุกส่วนการทำงานในองค์กร จะช่วยขยายกรอบวิสัยทัศน์เกี่ยวกับนวัตกรรม ให้สามารถออกแบบและพัฒนานวัตกรรมได้อย่างสร้างสรรค์และตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมในด้านการบริหารจัดการโครงสร้างการทำงานรูปแบบต่างๆ

นวัตกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย/ลูกค้า

นวัตกรรมด้านข้อเสนอที่ส่งมอบให้เป้าหมาย

Product System

นวัตกรรมที่ได้จากกระบวนการพัฒนาระบบ ปรับปรุงกระบวนการผลิต และวิธีที่สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเพิ่ม ส่วนเสริม บริการเสริม ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

[illegible]

กรอบกระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process Framework)

กรอบกระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process Framework) คือ กรอบกระบวนการนำแนวคิดมาทำให้เกิดผลเชิงพาณิชย์ ตั้งแต่ขั้นตอนการหาแนวคิด (Idea generation) การประเมินแนวคิด (Evaluation) การทำความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) และการนำออกสู่ตลาด



กรอบกระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process Framework)

คือ กรอบกระบวนการนำแนวคิดมาให้เกิดผลเชิงพาณิชย์ ตั้งแต่ขั้นตอนการหาแนวคิด (Idea generation) การประเมินแนวคิด (Evaluation) การทำความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) และการนำออกสู่ตลาด

วิวัฒนาการของกรอบกระบวนการสร้างนวัตกรรม

ยุคที่	โมเดล	ลักษณะ
1	แบบใช้เทคโนโลยี (Technology Push)	กระบวนการแบบเส้นตรง เน้นการวิจัยและพัฒนา (R&D) และการใช้หลักวิทยาศาสตร์
2	แบบตอบสนองต่อตลาด (Market Pull)	กระบวนการแบบเส้นตรง เน้นวิเคราะห์และเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคหรือความต้องการของตลาด
3	แบบควบคู่ (Coupling Model)	ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ มุ่งเน้นทั้งการใช้เทคโนโลยีและความต้องการของตลาด
4	แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Model)	มุ่งเน้นทั้งการใช้เทคโนโลยีและความต้องการของตลาด บูรณาการระบบปฏิบัติการภายในองค์กร และร่วมมือกับภายนอก
5	แบบเครือข่ายร่วม (Network Model)	รวบรวมองค์ความรู้ ร่วมมือและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก บูรณาการระบบปฏิบัติการภายใน
6	แบบเปิด (Open Innovation)	รวบรวมไอเดีย และหาช่องทางเข้าสู่ตลาดจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร

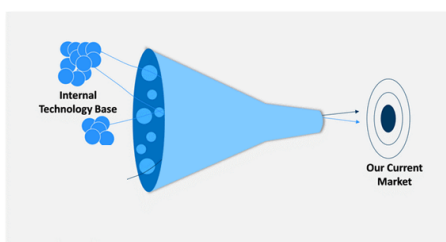
Note

กรอบกระบวนการนวัตกรรม มีวิวัฒนาการตั้งแต่โมเดลที่ 1 ที่เน้นการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมจากภายในองค์กร มาสู่โมเดลปัจจุบันที่รวบรวมไอเดียและหาทางเข้าสู่ตลาดจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเร่งการสร้างสรรคนวัตกรรม

วิธีการสร้างนวัตกรรมแบบปิดและแบบเปิด

องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรมโดยเน้นคิดค้นนวัตกรรมจากภายในองค์กร (Closed Innovation) แต่ปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่สร้างนวัตกรรมจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับภายนอก (Open Innovation) โดยมีแรงกระตุ้นจากโลกาภิวัตน์

นวัตกรรมแบบปิด (Closed Innovation)



- นวัตกรรมแบบปิด คือ การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ผ่านกระบวนการภายในองค์กรทั้งหมด ตั้งแต่การค้นหาแนวคิด การพัฒนา และการตลาด
- มาจากการกระตุ้นนวัตกรรม โดยการใช้วัฒนธรรมองค์กร ผลักดันบุคลากรทั้งหมดขององค์กรให้มีความตื่นตัวในการสร้างความแปลกใหม่

Note

ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน



โลกาภิวัตน์
Globalization



ความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์
Product Complexity

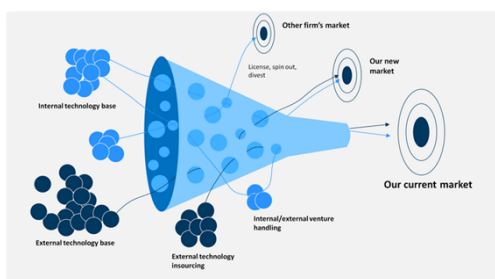


การหลอมรวมอุตสาหกรรม
Industry Convergence



ความสามารถในการซื้อขายทรัพย์สินทางปัญญา
Tradability of IP rights

นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)



- นวัตกรรมแบบเปิด คือการสร้างสรรค่นวัตกรรมโดยเปิดรับแนวความคิดใหม่ๆ จากภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรม
- มาจากการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และ รับเทคโนโลยีจากภายนอก ช่วยให้กิจการสามารถสร้างความแปลกใหม่ในการผลิตและการดำเนินงานได้



กรณีศึกษา (Case Study) – PTT GC

PTT GC : บริษัทแกนนำธุรกิจเคมีภัณฑ์ของกลุ่ม ปตท. ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีขั้นต้น ขั้นกลางและขั้นปลาย ซึ่งนำไปต่อยอดเป็นเคมีภัณฑ์และเป็นวัตถุดิบพื้นฐานของอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ เช่นบรรจุภัณฑ์ เครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์การสื่อสารและอิเล็กทรอนิกส์

โครงการ

ลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital

ก่อตั้ง GC Ventures เพื่อลงทุนในกองทุนและบริษัทสตาร์ทอัพ (Start-ups) ทั่วโลก

- ลงทุนเป็นจำนวนเงินมูลค่ากว่า 21.5 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ กับบริษัทสตาร์ทอัพ 3 แห่ง และกองทุนด้านเทคโนโลยี 3 แห่ง
- เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้าน Advanced Materials, Digital Platform, Biotech & Life Science, and Clean Technology



PTT GC นำกระบวนการสร้างนวัตกรรมแบบเปิดมาพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับบริษัท โดยการสร้างเครือข่ายกับองค์กรภายนอก และการเข้าร่วมลงทุนในกิจการร่วมทุนเพื่อเข้าถึงองค์ความรู้ และนำมาต่อยอดธุรกิจ

ผลลัพธ์

ช่วยสร้างความเติบโตทางธุรกิจจากการลงทุน เช่น

สตาร์ทอัพ

AREVO

เทคโนโลยี 3D printing



เทคโนโลยีทางการแพทย์

กองทุน



ความเชี่ยวชาญเทคโนโลยีสะอาด

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – PTT GC

โครงการ

ลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital

ร่วมมือกับมหาวิทยาลัย NANYANG เพื่อ
พัฒนาวัสดุขั้นสูง สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์

- Nanyang Technological University (NTU) ประเทศสิงคโปร์ มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยพัฒนาวัสดุสำหรับเทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ
- เพื่อวิจัยและพัฒนาวัสดุขั้นสูงด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ (3D Printing) สำหรับประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์

ผลลัพธ์

วัสดุขั้นสูงในอุตสาหกรรมยานยนต์ มีน้ำหนักเบา
ช่วยประหยัดน้ำมัน และลดการปล่อยก๊าซ
คาร์บอนไดออกไซด์ได้มากกว่า 50%



โครงการ

ลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital

โครงการความร่วมมือเพื่อพัฒนาวัสดุดูดซับประสิทธิภาพสูง
เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี

- ร่วมมือกับศูนย์ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีปิโตรเคมีและวัสดุ (PETROMAT)
- เพื่อคิดค้นพัฒนาวัสดุดูดซับประสิทธิภาพสูง ใช้ในการดูดซับก๊าซคลอไรด์ในกระบวนการผลิตของโรงงานอะโรเมติกส์

ผลลัพธ์

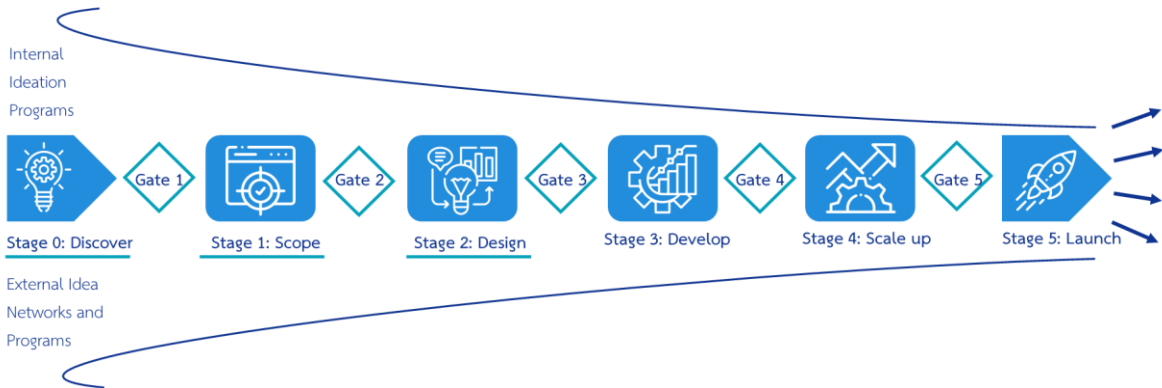
วัสดุดูดซับประสิทธิภาพสูง

- ✓ ลดค่าดำเนินการผลิตร้อยละ 30
- ✓ จัดสิทธิบัตร เพื่อต่อยอดเชิงเทคโนโลยี และเพื่อการค้า



Note

โมเดลพัฒนานวัตกรรมจากความคิด (The Stage-Gate model)



แบบจำลองสเตจเกท (The Stage-Gate Model) หรือกระบวนการน้ำตก (Waterfall Process) พัฒนาโดย Dr. Robert Cooper เป็นแบบจำลองพื้นฐานสำหรับการจัดการโปรเจกต์นวัตกรรมขององค์กรใช้ในการขับเคลื่อนโปรเจกต์จากความคิดไปจนกระทั่งเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการในรูปแบบวิธีการที่มีกลยุทธ์และเป็นระบบ ซึ่งได้รับการรับรองจากการศึกษาวิจัยมากมาย

ในปัจจุบัน ที่ธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว เราอาจต้องมีการใช้ **Agile Model** เข้ามาปรับใช้ หลังจากที่เรา define stage gate model เรียบร้อยแล้ว

Note

แบบจำลองสเตจเกจ (The Stage-Gate Model)

แต่ละขั้นตอนออกแบบมาเพื่อเรียนรู้และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อพัฒนาโปรเจกต์ไปสู่ขั้นตอนหรือจุดตัดสินใจต่อไป โดยจะดำเนินการกิจกรรมในรูปแบบคู่ขนานและข้ามสายงาน เพื่อความรวดเร็วและช่วยลดความเสี่ยง

THE STAGE

 ขั้นตอน 0 ขั้นค้นพบ	ระบุโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และสร้างความคิดผลิตภัณฑ์ บริการ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ
 ขั้นตอน 1 ขั้นกำหนดขอบเขต	ตรวจสอบและกำหนดขอบเขตของความคิดแบบรวดเร็ว และใช้ต้นทุนน้อย
 ขั้นตอน 2 ขั้นออกแบบ	วิจัยหรือทดลอง เพื่อให้ได้ข้อมูลของโปรเจกต์ละเอียด และครอบคลุม
 ขั้นตอน 3 ขั้นพัฒนา	ออกแบบและพัฒนาสินค้า บริการ หรือเทคโนโลยี เพื่อเป็นสินค้าต้นแบบ
 ขั้นตอน 4 ขั้นทดสอบ	ทดสอบหรือตรวจสอบซ้ำ ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด
 ขั้นตอน 5 ขั้นเผยแพร่	เผยแพร่สินค้า บริการ เทคโนโลยี หรือกระบวนการใหม่ ออกสู่ตลาด

แบบจำลองสเตจเกจ (The Stage-Gate Model) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นค้นพบ กำหนดขอบเขต ออกแบบ พัฒนา ทดสอบ และเผยแพร่ พร้อมทั้งแต่ละขั้นตอนจะมีประตูกัน เพื่อคุณภาพและประสิทธิภาพของโปรเจกต์

Note

THE GATE

ประตูกันแต่ละประตูเป็นขั้นการตัดสินใจว่าโปรเจกต์จะดำเนินการต่อหรือไม่ และมีคุณภาพเพียงใด โดยส่วนใหญ่จะตัดสินใจโดยผู้จัดการหรือคณะกรรมการโปรเจกต์ การตัดสินใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่



GO: โปรเจกต์นี้ดีและพร้อมที่จะดำเนินการขั้นตอนต่อไป



KILL: โปรเจกต์ยังไม่ดีเพียงพอและควรยกเลิกทันที



HOLD: พักโปรเจกต์ไว้ก่อนเนื่องจากยังดีไม่พอ ณ ขณะนี้



RECYCLE: โปรเจกต์ดีเพียงพอที่จะพัฒนาต่อ แต่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย

รายละเอียดของไอเดียนวัตกรรม (Innovation Ideas)

ไอเดียนวัตกรรมที่ดี ควรมีรายละเอียดที่เห็นภาพอย่างครอบคลุม สามารถระบุประเภทของนวัตกรรม เป้าหมายในการแก้ปัญหา นอกจากนั้นยังควรออกแบบผลลัพธ์ (Outcome) และคุณค่าที่จะเกิดจากนวัตกรรม (Value) ได้ชัดเจน



- ในขั้นตอนการคิด Project idea จะครอบคลุมตั้งแต่ Stage 0 จนถึง Stage 2 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุม
- โดยในทุกขั้นตอนควรที่จะผ่าน Gate เพื่อสอบถามความคิดเห็นให้ไอเดียออกมาตอบโจทย์มากที่สุด



Project Idea

- บอกรายละเอียดของไอเดียนวัตกรรมให้เห็นภาพชัดเจน
- ระบุเป้าหมาย หรือภาพใหญ่ของไอเดียนวัตกรรม
- ระบุประโยชน์ และคุณสมบัติของไอเดียนวัตกรรม
- ระบุความเป็นนวัตกรรม หรือความโดดเด่น-แปลกใหม่ ของไอเดียนี้
- กำหนดผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือพันธมิตรที่จำเป็นต้องเกิดขึ้น
- วางแผนหรือขั้นตอนการดำเนินงานคร่าวๆ



Outcome

- ระบุเป้าหมายว่าอยากจะทำให้อิเดียนี้ออกมาในรูปแบบใด เช่น แอปพลิเคชัน แพลตฟอร์ม ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- ยกตัวอย่างอ้างอิงจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น



Value

- ไอเดียนวัตกรรมนี้จะสามารถสร้างประโยชน์ หรือคุณค่าให้กับองค์กรได้อย่างไร เช่น ทำให้ยอดขายสูงขึ้น ช่วยลดต้นทุน เพิ่มฐานลูกค้า เป็นต้น
- ตั้งเป้าหมายผลประโยชน์ให้ชัดเจน
- ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจสนับสนุน



กรณีศึกษา (Case Study) – Oregon Ice Cream Co.

Oregon Ice Cream ใช้กระบวนการ 5 ขั้นตอน

(A Robust five-step process)

คล้ายกับ Stage-Gate Model ในการคิดค้นสินค้าใหม่



Oregon Ice Cream Co. เป็นบริษัทผลิตไอศกรีมหวานเย็นและไอศกรีมอแกนิกที่ขายดีที่สุด在美国 ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลและให้ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง



ขั้นตอน 0 Discover บริษัทเกิดความคิดที่ต้องการสร้างสินค้าใหม่โดยมาจากการให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก



ขั้นตอน 1 Scope รวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้บริโภค และพิจารณาข้อมูลและเทรนด์ในปัจจุบันอย่างรวดเร็ว เพื่อกำหนดขอบเขตของความคิด ซึ่งคือไอศกรีมอแกนิก



ขั้นตอน 2 Design วิจัยข้อมูลอย่างละเอียด ตั้งแต่แหล่งผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบต่าง ๆ รวมถึงการคำนวณความคุ้มค่า เพื่อกำหนดแบบสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์



ขั้นตอน 3 Develop ออกแบบและทดลองการผลิตเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถผลิตไอศกรีมที่มีพื้นฐานมาจากพืชได้โดยยังคงไว้ซึ่งคุณภาพ



ขั้นตอน 4 Scale up ดูแลและตรวจสอบการผลิตจนกว่าจะได้สินค้าที่มีรสชาติและคุณภาพคงที่



ขั้นตอน 5 Launch เตรียมพร้อม ทั้งในเรื่องบรรจุภัณฑ์ รสชาติไอศกรีม และกลยุทธ์การตลาด และเปิดตัวสินค้าออกสู่ตลาด

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – Oregon Ice Cream Co.



THE GATE

เพื่อให้โปรเจกต์ผ่านแต่ละขั้นตอนไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความคิดเกี่ยวกับรสชาติใหม่ก่อนจะผ่านไปยังขั้นตอนการวิจัยและผลิต หรือการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าก่อนการเผยแพร่ออกสู่ตลาด

ผลลัพธ์

- ✓ พบว่าผู้บริโภคมักเป็น Goodness seeker ให้ความสำคัญกับคุณภาพ
- ✓ ทำการตลาดได้ถูกช่องทาง เช่น Facebook Twitter และ Instagram
- ✓ ยอดขายของสินค้าสูงขึ้นจนทำให้เป็นบริษัทผลิตไอศกรีมอแกนิกที่มียอดขายอันดับ 1 ของอเมริกา



Note



ต้นปี ค.ศ. 2019 Oregon Ice Cream ศึกษาเปรียบเทียบแบรนด์ร้านค้าปลีก 2 แบรนด์ และเลือก Alden's Organic เนื่องจากมีบริษัทในเครือเป็นจำนวนมากและมีแพลตฟอร์มที่แข็งแกร่งและโด่งดัง

นวัตกรรมในระดับปฏิบัติการ (Operational Innovation)



คือการเปลี่ยนแปลงหรือคิดค้นวิธี/กระบวนการทำงานแบบใหม่ เช่น กระบวนการผลิตสินค้าแบบใหม่ กระบวนการรับออเดอร์แบบใหม่ กระบวนการขนส่งแบบใหม่ เป็นต้น



ไม่ใช่การปรับปรุงกระบวนการเดิมให้ดีขึ้น (Operation Improvement) การลดเวลาหรือต้นทุนการทำงาน แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการโดยสิ้นเชิง

Note



ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมนวัตกรรมในระดับปฏิบัติการ

- ✓ เปิดโอกาสให้พนักงานระดับปฏิบัติการเสนอไอเดียเพื่อเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน
- ✓ มี **Change Agent** หรือผู้รับผิดชอบเพื่อผลักดันให้ไอเดียนวัตกรรมได้รับการอนุมัติ
- ✓ สร้างสรรค์นวัตกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายหรือกลยุทธ์ขององค์กร
- ✓ เริ่มจากการมองหาปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน และ Reimagine Work Process
- ✓ ใช้กระบวนการ **Lean** และ **MVP** ในการทดลองไอเดียและปรับแก้อย่างรวดเร็ว เพื่อประหยัดต้นทุนและเวลา → เริ่มจากการเปลี่ยนแปลงเล็กๆ ไปสู่ระดับองค์กร

การสร้างนวัตกรรมระดับปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงองค์กร คือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานใหม่โดยสิ้นเชิง ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดต้นทุนการผลิต และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร

Note

นวัตกรรมในระดับปฏิบัติการ (Operational Innovation)

อุปสรรคที่ขัดขวางนวัตกรรมในระดับปฏิบัติการ:



วัฒนธรรมและ
โครงสร้างองค์กร
แบบเดิม



จำเป็นต้องถูก
ผลักดันโดย
ระดับบริหาร



ให้ความสำคัญกับ
ผลผลิตมากกว่า
กระบวนการ



ไม่ถูกนำไปใช้
จริงในระดับ
องค์กร



ไม่มีผู้รับผิดชอบ
หรือผลักดัน
โดยตรง

Note

ตัวอย่างบริษัทที่ประสบความสำเร็จในด้าน Operational Innovation



เปลี่ยนระบบโลจิสติกส์ ไปใช้การส่งสินค้าผ่านคลัง (Cross-docking) โดยไม่มีการเก็บ
สินค้าไว้ที่คลังสินค้า ช่วยลดสินค้าคงคลัง → ตั้งราคาสินค้าหน้าร้านได้ต่ำลง



Shell Lubricants

เปลี่ยนกระบวนการรับออเดอร์ลูกค้า จากการมีทีมที่ดูแลส่วนต่างๆ เป็นคนเดียวที่
รับผิดชอบทั้งกระบวนการ → เพิ่มยอดขายได้ 75% และลดค่าใช้จ่ายได้ 45%

Note

เทรนด์ดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อส่วนงานระดับปฏิบัติการ (Digital Trends for Operations)



การออกแบบและนวัตกรรม (Design & Innovation)

- ใช้ AI จัดการผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (Portfolio Optimization)
- ใช้เครื่องมือออกแบบที่มีระบบ AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการลูกค้า
- การสร้างชิ้นงานต้นแบบด้วย Rapid Prototyping เช่น 3D Printer
- ใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ Feedback เพื่อปรับปรุงสินค้า
- ระบบจำลองและวิเคราะห์สถานการณ์ (Smart Simulation and Costing Tools)



การวางแผนและบริหารการทำงาน (Planning & Management)

- การสร้าง Digital Twins เพื่อจำลองสถานการณ์ประเมินความเสี่ยง
- วางแผนการผลิตแบบดิจิทัล (Dynamic production planning)
- ระบบการแจ้งเตือนความผิดพลาดผ่านการวิเคราะห์ของ AI (AIOps) เพื่อคัดกรองการแจ้งเตือน และวิเคราะห์ความเสี่ยงในกระบวนการทำงาน
- ใช้ระบบ IoT และ AI เพื่อตรวจสอบสภาพทรัพย์สินและเครื่องมือ

Note

เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการทำงานระดับปฏิบัติการได้ เช่น การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ Blockchain ระบบ IoT คลาวด์ และเครื่องมือดิจิทัลอื่นๆ เป็นต้น

เทรนด์ดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อส่วนงานระดับปฏิบัติการ (Digital Trends for Operations)



กระบวนการ ทำงานแบบดิจิทัล (Digital Workforce)

- การทำงานผ่านคลาวด์ (Cloud) ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้ทุกที่ทุกเวลา
- การใช้หุ่นยนต์ (Cobot) ช่วยในการทำงาน
- ประยุกต์ใช้ Dashboard เพื่อจัดการกระบวนการทำงานและพื้นที่ผลิต
- การใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่อลดขั้นตอนของระบบการจัดการและเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูล
- ใช้แพลตฟอร์มทำงานร่วมกันในการแชร์ข้อมูล (Collaborative Platform)



การปรับปรุงห่วง โซ่อุปทาน (Supply Chain Enhancement)

- ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply-Chain Management Tools)
- ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติโดยรถลำเลียงสินค้าและหุ่นยนต์
- ระบบติดตามกระบวนการผลิตและการขนส่ง (Digital Tracking) ด้วย IoT
- ระบบตรวจสอบระดับสินค้าคงคลังด้วยระบบ AI
- การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าด้วย AI เพื่อออกแบบเส้นทางการขนส่ง

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – Zara

ZARA

แบรนด์เสื้อผ้าระดับโลกอย่าง ZARA ได้เปลี่ยนไปใช้กระบวนการผลิตและการขนส่งสินค้าที่ยืดหยุ่นและคล่องตัวขึ้น ด้วยโรงงานในพื้นที่และการลดจำนวนสินค้าคงคลัง เพื่อตอบรับเทรนด์ Fast Fashion

การผลิตด้วยโรงงานในพื้นที่

- ZARA เลือกใช้โรงงานในพื้นที่ (Local Manufacturing) แทนการผลิตในประเทศที่มีค่าแรงต่ำ เพื่อให้สามารถสื่อสารและควบคุมคุณภาพของการผลิตได้อย่างใกล้ชิด
- ✓ ติดตั้งเครื่องจักรและเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อให้สามารถผลิตเสื้อผ้าที่มีคุณภาพสูง ตรงกับดีไซน์
 - ✓ สามารถสื่อสารและปรับแก้ดีไซน์ได้อย่างรวดเร็ว
 - ✓ ทำงานร่วมกับสำนักงานใหญ่แบบ realtime
 - ✓ สามารถรับมือกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้



Note

การผลิตแบบ Just in Time

Note

ประยุกต์ใช้กระบวนการผลิตแบบทันเวลา แทนการผลิตไว้ล่วงหน้า โดย ZARA จะผลิตสินค้าประจำซีซั่นเอาไว้ล่วงหน้าเพียง 15-25% และจะทยอยออกแบบและผลิตสินค้าที่เหลือระหว่างซีซั่น

- ✓ ลดสินค้าคงคลังในแต่ละซีซั่น ที่มีความเสี่ยงตกเทรนด์
- ✓ ลดค่าใช้จ่ายในการเก็บและดูแลสินค้าคงคลัง
- ✓ วิเคราะห์กระแสและเทรนด์แฟชั่น เพื่อออกแบบและเริ่มผลิตสินค้าได้ทันที



ใช้ระบบ Demand Forecasting วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้า ร่วมกับ Feedback จากหน้าร้าน และส่งต่อข้อมูลไปให้ฝ่ายออกแบบ



กรณีศึกษา (Case Study) – Zara

การขนส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว

การขนส่งสินค้าไปทั่วโลกบ่อยๆ และรวดเร็ว (Frequent & Rapid Distribution) แทนการขนส่งสินค้าจำนวนมากไปเก็บไว้ในคลังสินค้าเป็นเวลานาน

- ✓ ขนส่งสินค้าไปยังร้านสาขาในทวีปอเมริกาและเอเชียได้ภายใน 48 ชั่วโมง
- ✓ เป็นผู้นำแบรนด์แฟชั่นตามกระแส (Fast Fashion)
- ✓ รับประกันว่าจะได้สินค้าใหม่ และตรงกระแส



เคล็ดลับความสำเร็จที่ทำให้ ZARA กลายแบรนด์เสื้อผ้าตามกระแสระดับโลก คือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตด้วย Agile Supply Chain และการออกแบบสินค้าให้ตามเทรนด์อยู่เสมอ

Note

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



กรณีศึกษา (Case Study) – เอสซีจี เคมิคอลส์

วิศวกรและพนักงานในระดับปฏิบัติการ บริษัท ระยองวิศวกรรมและซ่อมบำรุง จำกัด ในเอสซีจี เคมิคอลส์ ร่วมกันพัฒนาหุ่นยนต์เพื่อตรวจสอบและบำรุงรักษาเครื่องจักรในโรงงานแทนมนุษย์ เพื่อความแม่นยำและปลอดภัยของพนักงาน



CiBot (Carburization Inspection Robot) หุ่นยนต์นักตรวจสอบ
ค่าคาร์บอนที่แทรกซึมเข้าไปในเนื้อวัสดุของท่อในเตาเผา ซึ่งเป็นสาเหตุให้ท่อเปราะ ร้าว หรือแตกหัก ช่วยทำนายอายุและป้องกันความเสียหายของท่อล่วงหน้าได้

การส่งคนเข้าไปตรวจสอบท่อภายในเตาเผาที่มีอุณหภูมิสูงถึง 1,200 องศาเซลเซียส **จะใช้เวลาจนถึง 3-4 วัน**

➤ ปิดเตาเผา รอให้อุณหภูมิลดลง ส่งคนปีนขึ้นไปตรวจสอบ ก่อนจะเปิดเตาเผาเพื่อเริ่มทำงานใหม่



ความปลอดภัย: การทำงานในโรงงานปิโตรเคมี มีความเสี่ยงสูงสำหรับการส่งคนไปตรวจสอบหรือบำรุงรักษาเครื่องจักร



เวลาในการทำงาน: การตรวจสอบและดูแลเครื่องจักรของมนุษย์ใช้เวลาในการเดินทางและการทำงานนานกว่า ส่งผลให้บริษัทสูญเสียรายได้



ความแม่นยำ: การตัดสินใจและผลการวิเคราะห์ของหุ่นยนต์จะถูกต้องและแม่นยำมากกว่าการทำงานของมนุษย์



ลดต้นทุนการนำเข้าเทคโนโลยี: การพัฒนาหุ่นยนต์เพื่อใช้ภายในโรงงาน ช่วยลดต้นทุนการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

Note

.....

.....

.....

.....

.....



กิจกรรม Workshop – Transformation Project Idea Canvas

ออกแบบกระบวนการนวัตกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาขององค์กร ด้วย “Transformation Project Idea Canvas”



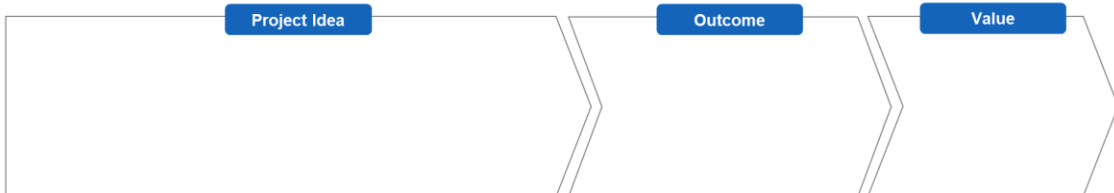
PROJECT IDEA CANVAS

TIME CONSULTING

Project Name: _____ Group: _____

Project Type:

- ☐ Knowledge & Database ☐ Product development process ☐ Service development process ☐ Process Automation ☐ Workforce enablement
☐ Performance management ☐ Customer experience improvement ☐ Organization engagement ☐ Exploiting core operations ☐ Reinventing Business Model
☐ Other _____



How your project idea transform organization?

Digital Capability	☐ Customer Experience	How:	_____
	☐ Core Operations	How:	_____
	☐ Business Model	How:	_____
Leadership Capability	☐ Digital Vision	How:	_____
	☐ Organization Engagement	How:	_____
	☐ Organization Structure	How:	_____



Instruction:

Step 1: ไอเดียโปรเจกต์ของคุณคืออะไร โดยอธิบายรายละเอียดของไอเดีย คุณสมบัติ ความเป็นนวัตกรรม คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการ ระยะเวลา หรืออื่นๆ

Step 2: ผลลัพธ์ของโปรเจกต์นี้คืออะไร โดยอธิบายว่าภาพสุดท้ายของไอเดียนี้จะออกมาในรูปแบบใด

อะไรคือตัวชี้วัดความสำเร็จของไอเดียนี้

Step 3: ไอเดียนี้สร้างคุณค่าให้กับองค์กรอย่างไร

Step 4: อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมว่าไอเดียนี้จะเปลี่ยนแปลงองค์กรในประเด็นใดบ้าง



PROJECT IDEA CANVAS

Project Name: _____ **Group:** _____

Project Type:

- ☐ Knowledge & Database
- ☐ Product development process
- ☐ Organization engagement
- ☐ Process Automation
- ☐ Workforce enablement
- ☐ Performance management
- ☐ Customer experience improvement
- ☐ Service development
- ☐ Core operations
- ☐ Reinventing Business Model
- ☐ Other _____

Project Idea

Outcome

Value

How your project idea transform organization?

Digital Capability

☐ Customer Experience

How:

☐ Core Operations

How:

☐ Business Model

How:

Leadership Capability

☐ Digital Vision

How:

☐ Organization Engagement

How:

☐ Organization Structure

How:

5 ขั้นตอนจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน

ขั้นตอนที่องค์กรสามารถปรับใช้เพื่อจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานในยุคดิจิทัลได้ เริ่มจากการหาไอเดียที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ขององค์กร การประเมินไอเดีย รับการสนับสนุนจากเครือข่าย นำไปปฏิบัติจริง และปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



1 ค้นคว้า (Explore)

จัดลำดับไอเดีย โดยพิจารณาจาก :

- ✓ ความสัมพันธ์กับเป้าหมายขององค์กร กลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานในปัจจุบัน และแนวทางของอุตสาหกรรม



2 ประเมิน (Evaluate)

การตัดสินใจในการดำเนินการจากไอเดีย พิจารณาจาก :

- ✓ ทดลองปฏิบัติจริง เช่น การทดลอง เพื่อให้รับรู้ถึงความเสี่ยงและประโยชน์
- ✓ ต้นทุนในการดำเนินการ



3 การยอมรับและสนับสนุน (Evangelize)

นวัตกรรมควรได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน ทั้งลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร

- ✓ รับฟังข้อเสนอแนะและนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ



4 การปฏิบัติจริง (Execution)

การนำแผนปฏิบัติการใหม่มาปฏิบัติจริง โดย :

- ✓ การอบรมบุคลากร
- ✓ ระบุแนวทางเปลี่ยนแปลงกระบวนการอย่างเป็นทางการ
- ✓ แต่งตั้งตำแหน่งและหน้าที่ใหม่ หรือจัดหาบุคลากรใหม่



5 ใช้ประโยชน์ (Exploit)

โครงการเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement) เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากนวัตกรรม

Note

หลักการ Bimodal Approach

แบ่งการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ส่วน

Mode 1 : รับผิดชอบในการดำเนินการและหาประโยชน์จากส่วนที่มีศักยภาพในด้านที่มีความรู้เป็นทุนเดิม

Mode 2 : รับผิดชอบในการค้นคว้า ทดลอง เพื่อแก้ปัญหาใหม่ และศึกษาในส่วนที่ไม่แน่นอน และแปลกใหม่

ตัวอย่าง 8 นวัตกรรมที่สามารถช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานให้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล



Electric Bike Program (eBike)

แก้ปัญหาความท้าทายจากการขนส่งพัสดุไมล์สุดท้าย (Last-mile Delivery) ซึ่งจะช่วยเร่งการส่งในพื้นที่แออัดและมีลานจอดรถที่จำกัด และช่วยลดมลพิษทางอากาศ

Note



Self-service/do-it-yourself logistics

ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าและเป็นผู้ขนส่งสินค้าได้ด้วยตัวเอง โดยการจ่ายเงินให้กับผู้คนที่มารถทั่วไป เพื่อให้มารับของจากบริษัทและนำไปส่งให้ถึงมือลูกค้า

8 นวัตกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทาน



On-demand warehousing

การเชื่อมโยงหลายบริษัทที่ต้องการพื้นที่เก็บสินค้ากับบริษัทที่มีพื้นที่ว่าง บริษัทที่ต้องการพื้นที่สามารถลดต้นทุนปฏิบัติการ และบริษัทที่มีพื้นที่ได้ใช้พื้นที่ว่างให้เกิดรายได้



Collaborative mobile robots

หุ่นยนต์เคลื่อนที่เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่น การทำงานที่วัดได้ ลดการเดินที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

Note

ตัวอย่าง 8 นวัตกรรมที่สามารถช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานให้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล

Truck platooning



เป็นแนวคิดที่ใหยานพาหนะได้สื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยลดระยะทางการเดินทาง ส่งผลต่อปริมาณควันที่ลดลง เพิ่มประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน และลดต้นทุนการขนส่ง

Note

8 นวัตกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทาน



Blockchain



ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ โดยไม่มีตัวกลาง ทำให้ต้นทุนการทำธุรกรรมถูกลง มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบความผิดปกติได้ และมีความเที่ยงตรง

Note

Tagging, sensors & geolocation



นวัตกรรมช่วยติดตามแบบเรียลไทม์ช่วยให้เกิดการโปร่งใสของกระบวนการ สามารถติดตามได้ และมีความเที่ยงตรง ส่งผลให้สามารถเตรียมการรับมือจากผลการติดตามได้

Big data and AI



บริษัทสามารถแบ่งปันข้อมูลการขนส่งได้โดยปราศจากการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ข้อมูลดิบจะถูกวิเคราะห์และปรับเปลี่ยนเป็นข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยในการตัดสินใจ

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – CREA



บริษัท CREA มุ่งให้คำแนะนำและผลักดันแบรนด์ให้เป็นผู้นำด้าน Digital Commerce ช่วยวางตำแหน่งแบรนด์ และนำเสนอ Solution เพื่อยกระดับการดำเนินงานร้านค้าและเพิ่มทราฟฟิกในการเข้าชมของผู้บริโภค

CREA ร่วมมือกับ DHL ในการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านการจัดการคำสั่งซื้อและระบบการจัดการคลังสินค้าเข้าไว้บนแพลตฟอร์ม Marketplace ชี้นำ เพื่อเป็น Solution ให้กับแบรนด์ธุรกิจออนไลน์

ได้ร่วมมือกับพันธมิตรอย่าง ดีเอสแอล ซัพพลายเชน ประเทศไทย ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์แบบรับเหมาชั้นนำของโลก เพื่อผสานเทคโนโลยีด้านการจัดการคำสั่งซื้อของ CREA และระบบการจัดการคลังสินค้าและเครือข่ายของ DHL เข้าไว้บนแพลตฟอร์ม Marketplace ชี้นำ

ความท้าทายที่พบ

ปัญหาการจัดการด้านคลังสินค้า (fulfillment) เมื่อแบรนด์เติบโตมากขึ้นในธุรกิจออนไลน์และ Digital Commerce จะมีคำสั่งซื้อจำนวนมาก เข้ามาจากหลายแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะในช่วงโปรโมชั่นหรือเปิดตัวสินค้าใหม่



การสร้างพันธมิตร

สร้าง Solution ด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจร ด้วยการผสานเทคโนโลยีของ DHL เข้ากับนวัตกรรมเทคโนโลยีการจัดการระบบหน้าบ้านของ CREA

- ลูกค้าของ CREA ได้ประโยชน์จากระบบบริหารจัดการ Supply-chain อย่างไรก็ดี
- ลูกค้าของ DHL ได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและบริการคอนแทกต์ของ CREA

ผลลัพธ์จากการร่วมมือ

ระบบการบริหารจัดการแบรนด์ที่มีระบบการจัดการคำสั่งซื้อเชื่อมกับระบบจัดการคลังสินค้า

- ยกระดับคุณภาพการให้บริการ (High Quality Standards)
- เทคโนโลยีรองรับหลายช่องทาง (Multichannel Technology)
- บริการโซลูชันเพื่อเพิ่มคุณค่า (Value-added Services)
- ระบบการบริหารจัดการแบรนด์และหน้าร้าน (Brand Management)

Note

.....

.....

.....

.....

พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม (Partnerships & Collaborative Innovation)



พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnerships) คือความร่วมมือระหว่างธุรกิจในการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันทรัพยากรและความสามารถเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์

ตัวอย่างการทำงานร่วมกับพันธมิตร



- มหาวิทยาลัย: การร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญและมหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อลดเวลาการวิจัยและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้



- โครงการ Accelerator และ Incubator: เพื่อช่วยบ่มเพาะและพัฒนา นวัตกรรม และช่วยด้านเงินทุน รวมถึงส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโต



- Startups: การร่วมมือกับบริษัทสตาร์ทอัพจะมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวมาก ทำให้สามารถทดลองและแปลกใหม่ไต่เต้าได้



- ระบบหรือเครื่องมือดิจิทัล และ เทคโนโลยี: การร่วมมือกับบริษัทด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยลดต้นทุนการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ



พันธมิตรช่วยเสริมนวัตกรรมได้อย่างไร?

- ไอเดียนวัตกรรมมีความสร้างสรรค์และแปลกใหม่มากกว่า เนื่องจากการแลกเปลี่ยนและคิดค้นไอเดียร่วมกัน
- มีการแชร์ความเสี่ยงในการพัฒนานวัตกรรม
- เพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใหม่
- ใช้เวลาในการพัฒนานวัตกรรมน้อยลง เพราะมีการแชร์องค์ความรู้ เงินลงทุน เทคโนโลยี และบุคลากร
- เข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้จากภายนอก และร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก

การร่วมมือกับพันธมิตรอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องสร้างผลประโยชน์ (Benefit) ความเชื่อใจ (Trust) และมีการเติบโต (Evolution) ร่วมกัน

การร่วมมือกับพันธมิตรที่มีประสิทธิภาพ เช่น การร่วมมือระหว่างธุรกิจ มหาวิทยาลัย Startups บริษัท เทคโนโลยี หรือโครงการบ่มเพาะต่างๆ จะช่วยส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กร

Note

3 โมเดลสำหรับการสร้างพันธมิตรเพื่อการเติบโตขององค์กรนวัตกรรม (Optimize knowledge base by learning from partnership to accelerate growth)

1

โมเดลการขับเคลื่อนองค์กรกับองค์กรพันธมิตรไปด้วยกัน

- ✓ หาตัวกลางที่จะเป็นผู้สร้างสะพานเชื่อมระหว่างองค์กรกับองค์กรพันธมิตรหรือธุรกิจแบบ Startup เช่น Canadian Bluemix Garage
- ✓ สร้างชุมชนความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการระหว่างองค์กร
- ✓ เกิดสภาพแบบล้าสมัยแบบ Agile
- ✓ มีการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการระดับสูงจากหลายองค์กร
- ✓ เพิ่มการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดสร้างสรรค์



โมเดลรูปแบบที่หนึ่งจะมีประสิทธิภาพเมื่อองค์กรต้องการผู้ช่วยเร่ง (Accelerator) อัตราการเติบโตของธุรกิจที่มีอยู่แล้ว โดยที่ไม่ต้องสร้างผู้ช่วยเร่งเอง

2

โมเดลการได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-win situation)

- ✓ องค์กรช่วยจัดหาทรัพยากรมนุษย์ ผู้เชี่ยวชาญ เงินทุน และอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนความคิดริเริ่มขององค์กร Startup
- ✓ ส่วนองค์กร Startup ได้โอกาสในการทดลอง (Pilot) เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นกับองค์กรขนาดใหญ่ที่เป็นที่รู้จัก
- ✓ เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรใหญ่และผู้ประกอบการ สถานภาพขององค์กรใหญ่มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในตลาด
- ✓ เพิ่มคุณค่าคืนให้กับสังคมและสภาพแวดล้อม



Note

3

โมเดลการสร้างพันธมิตรภายในองค์กร (In-residence Partnership)

- ✓ สร้างบุคลากรในองค์กรให้เป็นผู้ช่วยบ่มเพาะให้เกิดธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้น (Incubator)
- ✓ องค์กรใหญ่ให้การสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ เช่น ให้การปรึกษาหรือคำแนะนำทางกฎหมายแก่ผู้ประกอบการเริ่มต้น เช่น บริษัท Goodmans LLP
- ✓ สนับสนุนในสิ่งที่ติดอยู่แล้วในองค์กร

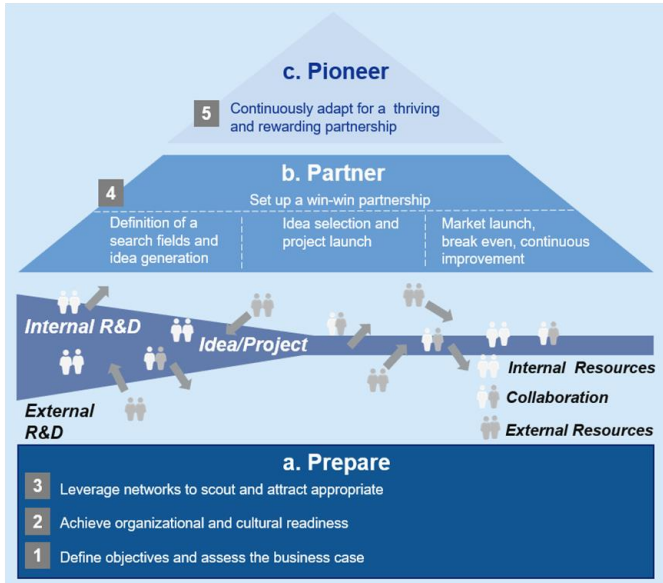


การพัฒนานวัตกรรมร่วมกับพันธมิตร

แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ด้านการเตรียมพร้อม 2) ด้านพันธมิตร 3) ด้านการริเริ่ม ซึ่งครอบคลุม กลยุทธ์การวางพื้นฐาน การเลือกพันธมิตร และการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย



โมเดลเพื่อการบริหารการพัฒนาวัตกรรมร่วมกับพันธมิตร



Note

Note

1 ด้านการเตรียมพร้อม Prepare

- มิติที่ 1 ระบุดูประสงค์ และประเมินเหตุผลทางธุรกิจ
 - เป้าหมายนวัตกรรม ความสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร ผลประโยชน์และความเสี่ยง
- มิติที่ 2 ความพร้อมทางด้านองค์กรและด้านวัฒนธรรม
 - แลกเปลี่ยนข้อมูลและแบ่งปันทรัพยากร ใช้เครื่องมือการทำงานร่วมกัน
- มิติที่ 3 สร้างเครือข่ายเพื่อดึงดูดพันธมิตร
 - เข้าร่วมในเครือข่ายจัดหาพันธมิตร และพัฒนาความน่าดึงดูดขององค์กร

2 ด้านพันธมิตร (Partner)

- มิติที่ 4 สร้างความร่วมมือที่ได้ประโยชน์ร่วมกัน
 - พัฒนากรอบการทำงานร่วมกัน โดยจัดทำข้อตกลงและจุดประสงค์ทางธุรกิจ
 - พัฒนากรอบการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีความยืดหยุ่น

3 ด้านการริเริ่ม (Pioneer)

- มิติที่ 5 ปรับตัวเพื่อความร่วมมือที่ยั่งยืน
 - ดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย บริหารจัดการความเสี่ยง สร้างแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม
 - แบ่งปันความรู้ และติดตามผลความร่วมมืออย่างสม่ำเสมอ



กรณีศึกษา (Case Study) – Six Network



บริษัท Six Network เป็นบริษัทที่ระดมทุนผ่าน ICO แห่งแรกในไทย โดยเกิดจากการร่วมมือกันของบริษัทที่เชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี และพันธมิตรในอุตสาหกรรมดิจิทัลครีเอทีฟ เพื่อสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่โปร่งใสและปลอดภัย

Note

Six Network เป็นการรวมตัวกันของพันธมิตรทางธุรกิจอย่าง บริษัท Ookbee U บริษัท FSN Asia และ COMPUTERLOGY เพื่อใช้บล็อกเชนและเทคโนโลยีขั้นสูงอื่นๆ เพื่อสร้างอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มีความโปร่งใส ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ



Claim Di



ร่วมมือกับเคลมดีเพื่อสร้างระบบประกันภัยอัจฉริยะ

- ✓ ประยุกต์ใช้แอป “snap” ที่มีการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Capture-locked image เพื่อให้ภาพหลักฐานพร้อมข้อมูลเวลา สถานที่ และความสว่างในที่เกิดเหตุ มีความถูกต้องและปลอดภัยจากการถูกปลอมแปลง
- ✓ แยกความเป็นเจ้าของข้อมูลเพื่อสร้างฐานข้อมูลที่ปลอดภัยของผู้ขับขี่
- ✓ วางแผนฟังก์ชันแจ้งอุบัติเหตุและเหตุอันตรายแบบไม่ระบุชื่อ (Anonymous)
- ✓ จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลส่วนกลางนำไปวิเคราะห์อุบัติเหตุตามท้องถนน และวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive Analysis) เพื่อทำการปรับปรุงพื้นที่ หรือป้องกันเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย

[snap]



กิจกรรม Workshop – Lean Business

ออกแบบโมเดลธุรกิจของนวัตกรรมอย่างครอบคลุมและรวดเร็ว ด้วย “Lean Business Model Canvas” พร้อมระบุความโดดเด่นของนวัตกรรม และคุณสมบัติของไอเดียในการแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อรับประกันความสำเร็จของนวัตกรรม

The Lean Canvas		Designed for: Startup Name	Designed by: Name1, Name2, ...	Date: DD/MM/YYYY	Version: X.Y
Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Prop. Single, clear and compelling message that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target Customers	
Existing Alternatives List how these problems are solved today.	Key Metrics Key activities you measure	High-Level Concept List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)	Channels Path to customers	Early Adopters List the characteristics of your ideal customers.	
Cost Structure List your fixed and variable costs. Customer acquisition costs Distribution costs Hosting People Etc.			Revenue Streams List your sources of revenue. Revenue Model Life Time Value Revenue Gross Margin		



Instruction:

- คุณสมบัติหรือคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่โดดเด่น พร้อม High Level Concept ของไอเดีย
- ระบุข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด
- ระบุกลุ่มเป้าหมายและ Early Adopters ที่จะให้ความสำคัญ
- ระบุปัญหาของกลุ่มลูกค้า “ปัญหาอะไรบ้างที่ส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะซื้อหรือเปลี่ยนมาใช้สินค้าและบริการของเรา” และคุณสมบัติของไอเดียที่สามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นได้
- อะไรคือตัวชี้วัดความสำเร็จของไอเดียนี

PROBLEM <i>List your top 1-3 problems.</i>	SOLUTION <i>Outline a possible solution for each problem.</i>	UNIQUE VALUE PROPOSITION <i>Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</i>	UNFAIR ADVANTAGE <i>Something that cannot easily be bought or copied.</i>	CUSTOMER SEGMENTS <i>List your target customers and users.</i>
	KEY METRICS <i>List the key numbers that tell you how your business is doing.</i>		CHANNELS <i>List your path to customers (inbound or outbound).</i>	
EXISTING ALTERNATIVES <i>List how these problems are solved today.</i>	HIGH-LEVEL CONCEPT <i>List your X for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.</i>		EARLY ADOPTERS <i>List the characteristics of your ideal customers.</i>	
COST STRUCTURE <i>List your fixed and variable costs.</i>		REVENUE STREAMS <i>List your sources of revenue.</i>		

บทที่ 3

การพัฒนาองค์ความรู้ (Learning Organization)



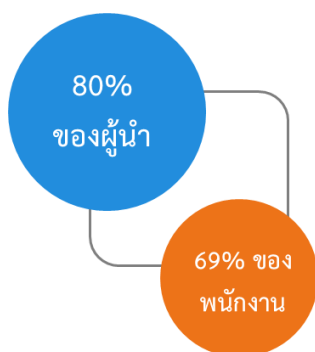
Key Learning Objectives:

- ✓ เรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลและองค์ความรู้ภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมการทำนวัตกรรม
- ✓ ทำความเข้าใจกับแนวทางการประเมินสถานะขององค์ความรู้ขององค์กรเพื่อวางแผนในการจัดการอย่างต่อเนื่อง
- ✓ เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร
- ✓ เรียนรู้การใช้งานเครื่องมือในการจัดการ การเข้าถึง การค้นหา และการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ในองค์กร

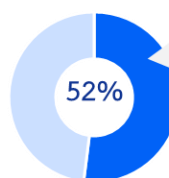
องค์ความรู้ (Knowledge)

การเป็นองค์กรที่มุ่งสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ เป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ บุกเข้าตลาดใหม่ ยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้า และสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

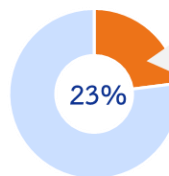
องค์ความรู้ (Knowledge) คือผลที่ได้จากการเรียนรู้ แสวงหาและแลกเปลี่ยนความรู้ จนเกิดความเข้าใจและสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้นั้นได้



80% ของผู้นำ และ 69% ของพนักงานทั่วไป ให้ความสำคัญกับ “การสร้างองค์ความรู้และการทำใหทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว”



59% ของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (High Performing) ให้ความสำคัญกับองค์ความรู้



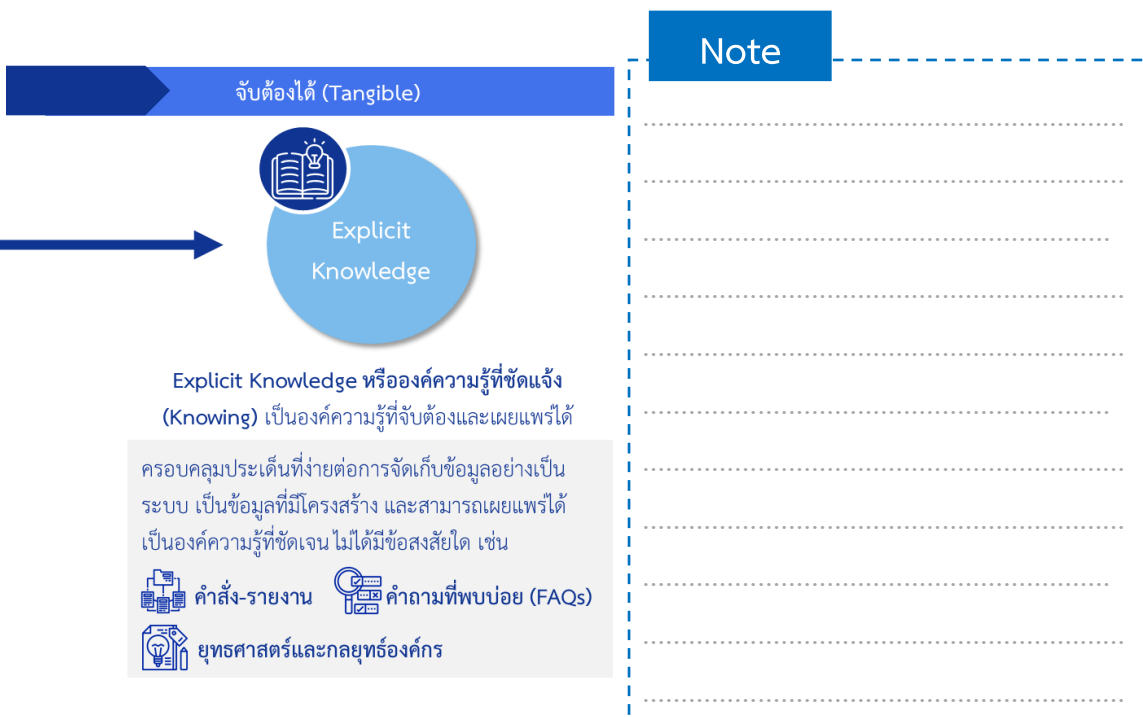
เพียงแค่ 23% ของบริษัท Low Performing ที่เห็นความสำคัญของการสร้างองค์ความรู้

จากการสำรวจผู้บริหารจำนวน 307 คน และพนักงานทั่วไปจำนวน 305 คน จากธุรกิจประเภท e-commerce การเงิน อุปโภคบริโภค ธุรกิจบริการ และอื่นๆ ทั่วโลก

- การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ภายในองค์กร ไม่ใช่หน้าที่เฉพาะด้านของฝ่ายในฝ่ายหนึ่ง เช่น ฝ่ายศึกษาวิจัย (R&D) ฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายวางแผนกลยุทธ์
- การสร้างองค์ความรู้ควรเป็นวัฒนธรรมองค์กร เป็นหนึ่งในพฤติกรรมและแนวคิดในการทำงาน เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาองค์ความรู้ขององค์กร

Note

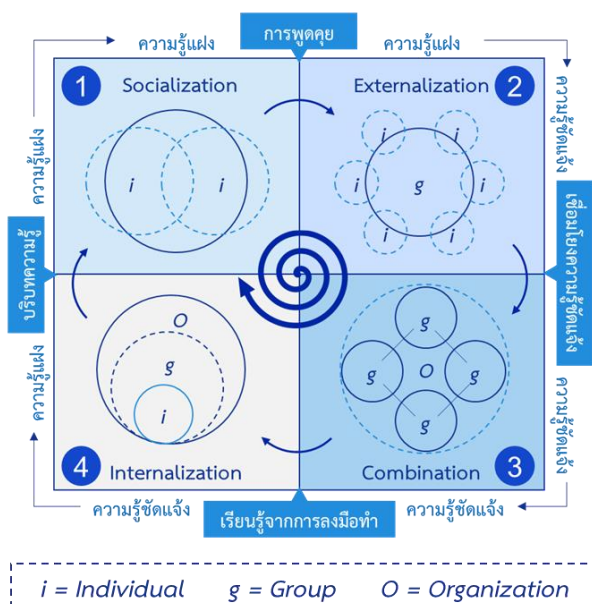
ประเภทขององค์ความรู้ (Types of knowledge) ประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่ 1) Tacit Knowledge 2) Implicit Knowledge และ 3) Explicit Knowledge



การพัฒนาองค์ความรู้ภายในองค์กรตามทฤษฎีเกลียวความรู้ (Nonaka and Takeuchi's SECI Knowledge Spiral) จะเริ่มจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ ภายในทีมหรือองค์กร ก่อนจะนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงานจริง



การสร้างองค์ความรู้ คือกระบวนการของการสร้างองค์ความรู้แบบ Tacit ให้เป็นองค์ความรู้ที่จับต้องได้ หรือ Explicit Knowledge

[illegible]

ตัวอย่างกิจกรรม



Socialization เป็นขั้นตอนการแลกเปลี่ยน
ความรู้แฝง (Tacit Knowledge) ผ่านการ
แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละคน

- พุดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- ประชุม After-Action-Review หลังการทำงาน
- จัด Sharing Session ระหว่างพนักงานเก่า-ใหม่



Externalization เป็นการแปลงความรู้แฝง
เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)
เพื่อสร้างและเผยแพร่เป็นลายลักษณ์อักษร

- ทำคู่มือ (Manual) รวบรวม Tips วิธีการทำงาน
- ทำรายงานสรุปผลการทำงาน / สรุปการประชุม



Combination เป็นการวิเคราะห์และ
เชื่อมโยงความรู้ขัดแย้งที่ได้เรียนรู้ไป และ
สร้างเป็นความรู้ใหม่ๆ ในองค์กร

- ใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก
- พัฒนารฐานข้อมูลขององค์กร เพื่อจัดเก็บและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้



Internalization เป็นการแปลงความรู้จาก
 ความรู้ชัดแจ้งกลับสู่ความรู้แฝง เพื่อนำ
 ความรู้ที่เรียนมาใช้ในชีวิตประจำวัน

- จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะพนักงานรายบุคคล
- Learning by Doing

การจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

การจัดการองค์ความรู้คืออะไร?

การระบุ จัดโครงสร้าง จัดเก็บ และแบ่งปันข้อมูลความรู้และประสบการณ์ของบุคลากรในองค์กร มีจุดประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ ผลักดันให้เกิดการสร้างนวัตกรรม และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน



สาเหตุของการจัดการองค์ความรู้ขององค์กร

- การควบรวมกิจการ จึงจำเป็นต้องจัดการองค์ความรู้ใหม่และกระตุ้นการแบ่งปันองค์ความรู้
- การใกล้เกษียณอายุการทำงานของบุคลากรหลัก จึงจำเป็นต้องมีการจัดเก็บประสบการณ์และองค์ความรู้ของพวกเขาไว้
- การอบรมพนักงานใหม่ จำเป็นต้องใช้การจัดการองค์ความรู้

เป้าหมายของการจัดการองค์ความรู้ มี 3 ประการ ดังนี้

1



การพัฒนาคน ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารให้มีสมรรถนะ ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ สูงขึ้น ปฏิบัติงานได้ดีขึ้น โดยที่บุคลากรระดับต้นและระดับกลางจะได้ประโยชน์มากที่สุด

2



การพัฒนางาน ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ เช่น ผลิตผลด้น้อยลง รวดเร็วขึ้น มีประสิทธิผล เช่น ลดต้นทุน ผลผลิตสูงขึ้น เกิดนวัตกรรม

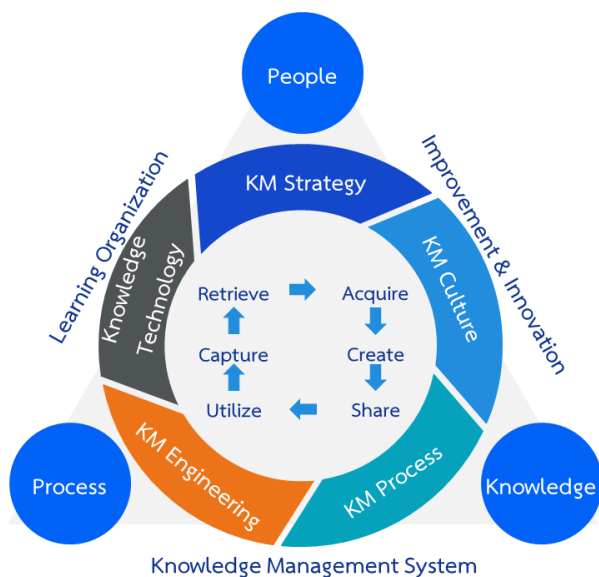
3



การพัฒนาองค์กร ทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์/ยุทธศาสตร์ มีศักยภาพในการแข่งขันสูง สามารถเติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

Note

กรอบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Framework)



ขั้นตอนการจัดการองค์ความรู้

- ▶ รวบรวมข้อมูล (Retrieve) จัดเก็บข้อมูลที่จะใช้ต่อ
 - ▶ ตีความข้อมูล (Acquire) พิจารณาประเภทที่จัดเก็บ
 - ▶ สร้างองค์ความรู้ (Create) นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้
- ▶ แบ่งปันความรู้ (Share) เผยแพร่สู่บุคคลากร
 - ▶ ใช้องค์ความรู้ (Utilize) ใช้ประโยชน์ในการทำงาน
 - ▶ สรุปลงค์ความรู้ (Capture) จากการใช้งาน

ปัจจัยสนับสนุนในการจัดการองค์ความรู้

- ▶ กลยุทธ์การจัดการองค์ความรู้ (KM Strategy)
- ▶ วัฒนธรรมการจัดการองค์ความรู้ (KM Culture)
สร้างวัฒนธรรมในการจัดการองค์ความรู้เป็นประจำ
- ▶ กระบวนการจัดการองค์ความรู้ (KM Process)
- ▶ วิศวกรรมการจัดการองค์ความรู้ (KM Engineering)
พัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ เทคโนโลยี (Knowledge Technology)
ในการสร้างองค์ความรู้ภายในองค์กร

สิ่งที่ได้จากการจัดการองค์ความรู้



เป็นองค์กร
แห่งการเรียนรู้



บุคลากรมีการพัฒนาองค์ความรู้
และนวัตกรรมในองค์กร

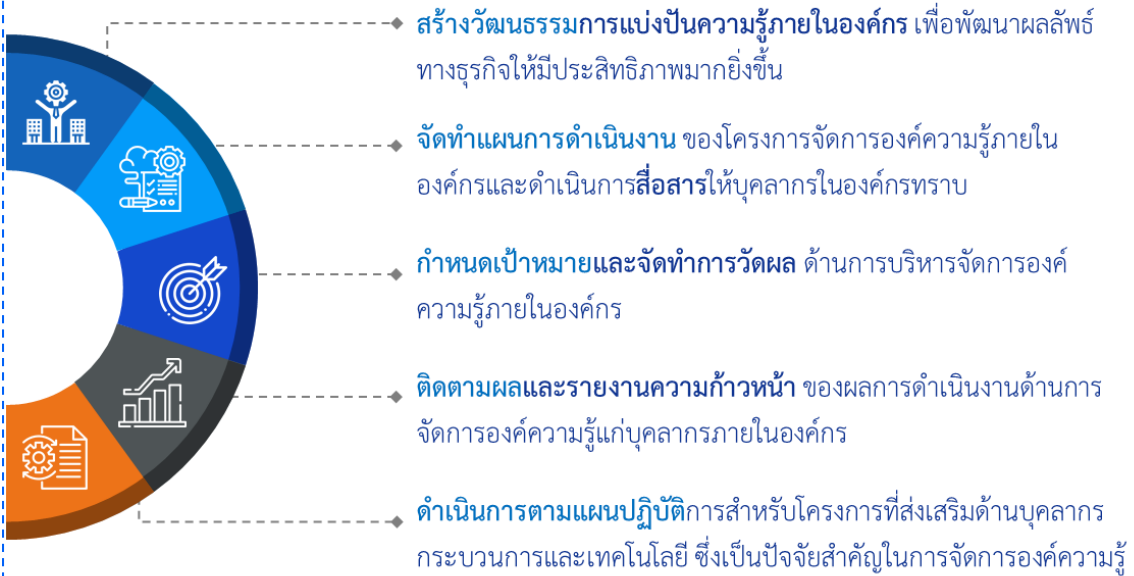


เกิดระบบการจัดการ
องค์ความรู้ในองค์กร

ผู้จัดการด้านองค์ความรู้ (Knowledge Manager)

ผู้จัดการด้านองค์ความรู้ เป็นผู้จัดทำและบริหารกระบวนการจัดการองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในองค์กรอย่างเหมาะสม และดูแลในเรื่องของเทคโนโลยีสำหรับจัดการองค์ความรู้ รวมถึงให้คำปรึกษาและการฝึกอบรมบุคลากรในองค์กรให้มีการนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการด้านองค์ความรู้



- ☐ การตรวจสอบองค์ความรู้ (Knowledge Auditing) รวมถึงระบบและกระบวนการจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและสามารถจัดการได้ทันทั่วทั้งที่
- ☐ การจัดการเอกสาร (Document Management) รวบรวมข้อมูลไว้ในพื้นที่ส่วนกลางและจัดเรียงข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ
- ☐ การสอนและให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) ถ่ายทอดทักษะและองค์ความรู้ให้แก่บุคลากร เป็นการสนับสนุนให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing)

กระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันและกัน ทั้งความรู้แฝงจากประสบการณ์และความรู้ที่มีการบันทึกเผยแพร่ เพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงข้อมูล ลดเวลาในการหาและประยุกต์ใช้ข้อมูล และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน



มีผู้นำที่เป็นแบบอย่าง

- ผู้นำหรือบริหารควรผลักดันการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้
- ให้หัวหน้างานแลกเปลี่ยนประสบการณ์อย่างเปิดเผย



สร้างแรงจูงใจในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

- มีรางวัล (Awards & Recognition) ให้พนักงาน
- เพิ่มการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เป็นภารกิจ-หน้าที่ของงาน



สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้

- ห้องครัว-พื้นที่คิกคาเฟ่ ให้แลกเปลี่ยนไอเดียอย่างอิสระ
- พื้นที่ส่วนกลาง (Common Space) ให้พนักงานทำความรู้จักกัน



ปรับโปรแกรมการอบรมและพัฒนาพนักงาน

- จัด Mentor/ Peer ให้กับพนักงานใหม่
- จัด Workshop แลกเปลี่ยนความรู้ภายในและภายนอก



พัฒนาระบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

- มีระบบกลางเพื่อแลกเปลี่ยนและรวบรวมองค์ความรู้
- เลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม เช่น Online Workplace Apps
- กำหนดการเข้าถึงข้อมูลตามการใช้งาน (Knowledge Access)



ส่งเสริมวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่หลากหลาย

เลือกกระบวนการที่เหมาะสมกับกลุ่มคนและประเภทองค์ความรู้ เช่น การให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) การทบทวนหลังทำงาน (After Action Review) ระบบฐานข้อมูล (Knowledge Portal) เป็นต้น

ช่องทางและระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Portal)

ระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management system) เป็นระบบอัตโนมัติที่คอยช่วยบริหารจัดการองค์ความรู้ให้มีความเป็นระบบด้วยการทำงานร่วมกันของสิ่งต่างๆ เช่น ระบบคลาวด์ แอปพลิเคชัน แชนแนล และอื่นๆ



เมื่อองค์กรนำระบบ (Enterprise knowledge portal/knowledge portal) มาใช้ภายในองค์กรร่วมกับอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์ จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและได้ทุกที่ทุกเวลา



ประโยชน์ของระบบการจัดการองค์ความรู้



สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้
เช่น นโยบาย ข่าว เป็นต้น



การรายงานผลและการวิเคราะห์ข้อมูล
(Reporting and Analytics)



การเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา
(Mobile Access)



สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในการ
ทำงาน (Collaboration)



บุคลากรในองค์กรสามารถ
เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้



รักษาความปลอดภัยของข้อมูล
(Data Protection)



ความท้าทายของระบบการจัดการองค์ความรู้

- ข้อมูลหรือองค์ความรู้จำนวนมาก กระจุกกระจาย ไม่มีความเป็นระบบระเบียบ
- แหล่งข้อมูลที่สำคัญ ๆ ของแต่ละฝ่ายจัดเก็บแยกกันหรือข้อมูลอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น ทำให้ยากต่อการเข้าถึงสำหรับทุกคน
- การสร้างงานหรือเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน ทำให้เสียเวลาและทรัพยากรอื่น ๆ

Note

องค์กรควรวางแผนการใช้การจัดการองค์ความรู้ที่เหมาะสมกับการทำงาน ซึ่งควรเป็นระบบที่เอื้อให้พนักงานสามารถค้นหา จัดเก็บ และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ตัวอย่างระบบแลกเปลี่ยนข้อมูล (Knowledge Sharing Channel)

ระบบหรือช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ที่พนักงานทุกคนสามารถส่งต่อและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กันได้อย่างอิสระ รวมไปถึงระบบที่สามารถรวบรวมจัดเก็บข้อมูลได้

➤ ช่องทางกึ่งทางการ



Gmail

การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านโปรแกรมแชท เช่น LINE หรือ Facebook Group เป็นต้น หรือผ่านการส่งอีเมลให้กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะมีความสะดวก รวดเร็ว แต่ไม่สามารถเก็บบันทึกข้อมูลเหล่านั้นได้

➤ แพลตฟอร์มออนไลน์



การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านคลาวด์ เช่น Google Drive OneDrive หรือ Dropbox เป็นต้น โดยสามารถบันทึกและจัดการไฟล์ได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านทุกอุปกรณ์

➤ ระบบการแลกเปลี่ยนองค์หลักความรู้ขององค์กร

การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านฐานข้อมูลส่วนกลางขององค์กร โดยอาจเป็นการทำเทคโนโลยีภายนอกมาใช้ หรือการพัฒนาฐานข้อมูลของตนเอง

Note

ตัวอย่างระบบจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Portal)

ระบบที่รวบรวมข้อมูล องค์ความรู้ และแหล่งการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกเอาไว้ด้วยกัน เพื่อให้พนักงานสามารถค้นหาข้อมูลเฉพาะเรื่องได้สะดวก

➤ ระบบ Knowledge Portal สำเร็จรูป

KNOWMAX	การใช้ซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมแบบ Web-based
DOCUMENT360	ให้พนักงานสามารถสร้างองค์ความรู้ ค้นหาข้อมูล และ
zendesk	แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถ
canvas	ตั้งค่าระดับการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ

➤ ร่วมมือกับบริษัทซอฟต์แวร์ เพื่อพัฒนาระบบ Knowledge Portal ขององค์กร

VUSTEAPIS	DATAWARE VENDOR MANAGED INVENTORY
Lotus software	hp Autonomy
intraspsect	IBM Lotus.
	corechange.

Note

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



กรณีศึกษา (Case Study) – ทู คอร์ปอเรชั่น

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) “มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า” จึงเกิดโครงการสร้างการจัดการองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในองค์กร เพื่อให้สามารถมอบบริการที่ดีเลิศต่อลูกค้า

ทูได้ปรับใช้ระบบรวบรวม จัดเก็บ นำไปใช้ และบริหารข้อมูลให้มีความทันสมัย กับการทำงานในองค์กร เพื่อจะสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประสิทธิภาพให้ถึงมือลูกค้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ขั้นตอนการดำเนินโครงการ



1 การเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร
(Culture Change)



4 การอบรมและการเรียนรู้
(Training/Learning)



2 การสื่อสาร
(Communication)



5 การวัดและติดตามประเมินผล
(Measurement)



3 การพัฒนากระบวนการและเครื่องมือ
(Process and Tools)



6 การสร้างแรงจูงใจและให้รางวัล
(Recognition and Rewards)

Result

- ✓ เกิดศูนย์กลางจัดการองค์ความรู้
- ✓ รวบรวมเอกสารกว่า 1,000 ฉบับได้ในระยะเวลา 4 ปี
- ✓ พนักงาน 1,500 คนได้ใช้ข้อมูลให้บริการลูกค้า
- ✓ เอกสารกว่า 50,000 หน้าที่มีการเปิดใช้งาน

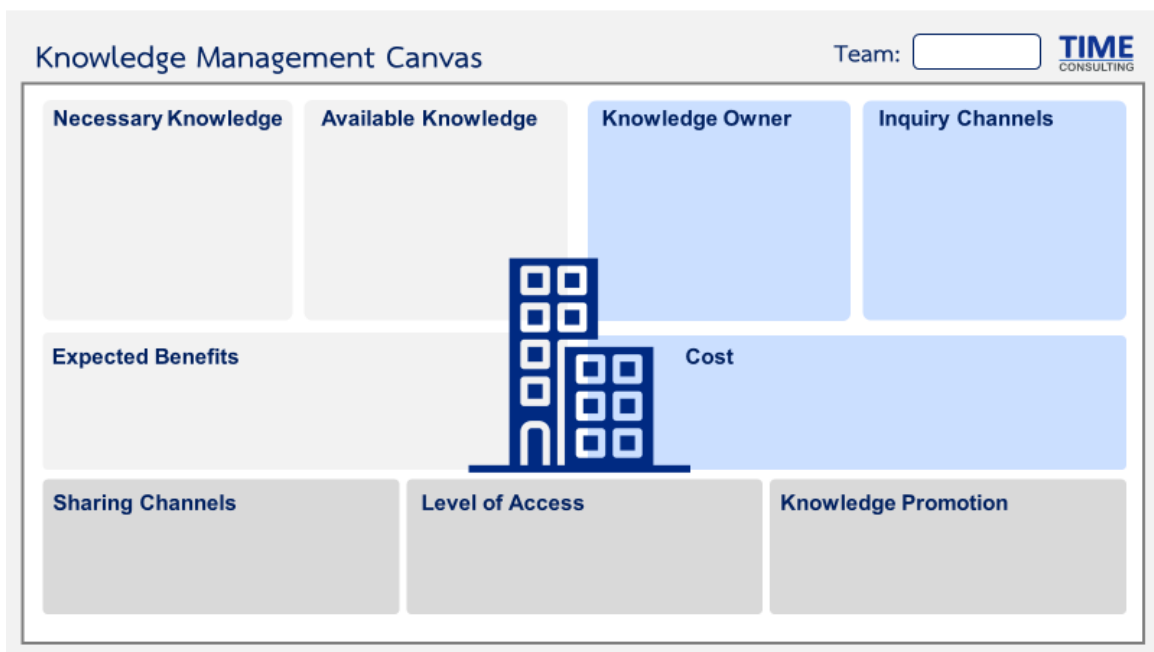
ระบบที่ True ได้นำไปใช้ภายในองค์กร ได้แก่

- ระบบจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์
- ระบบการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning)
- ระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Meeting Systems and VCD Conference)
- ระบบเผยแพร่สื่อผ่านเครือข่าย (e-Broadcasting)
- เว็บไซต์บริหารจัดการองค์ความรู้ (KM Website)



กิจกรรม Workshop – Knowledge Map

กิจกรรมจะมุ่งไปที่การประเมินสถานะปัจจุบันขององค์ความรู้ภายในองค์กร และหาแนวทางเพื่อสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ด้วย “Knowledge Mapping Canvas”



Instruction:

Step 1: ระบุข้อมูลและองค์ความรู้ที่จำเป็นต้องมี และประโยชน์จากการมีองค์ความรู้เหล่านั้น รวมถึงระบุองค์ความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

Step 2: ระบุเจ้าของข้อมูลเหล่านั้น วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล/องค์ความรู้ และต้นทุนในการบริหารจัดการองค์ความรู้

Step 3: ระบุช่องทางการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ระดับการเข้าถึงข้อมูล และแนวทางการโปรโมท และสนับสนุนให้บุคลากรร่วมกันสร้างและใช้ข้อมูลอย่างสร้างสรรค์

Knowledge Management Canvas

Team

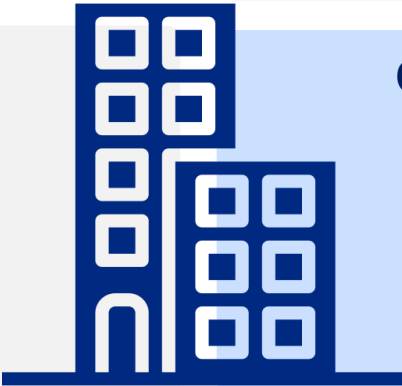
Necessary Knowledge

Available Knowledge

Knowledge Owner

Inquiry Channels

Expected Benefits



Cost

Sharing Channels

Level of Access

Knowledge Promotion

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Organizational Learning)

องค์กรแห่งการเรียนรู้คือ องค์กรที่มีการถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กรควบคู่กับการแสวงหาความรู้จากภายนอก และมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต จึงส่งผลให้องค์กรมีการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบและพร้อมทดลองแนวคิดใหม่ๆ



- ✓ องค์กรที่มีการสร้างช่องทางให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร
- ✓ มีการเรียนรู้จากความสำเร็จและข้อผิดพลาดอย่างชัดเจน

เป้าหมายที่สำคัญ



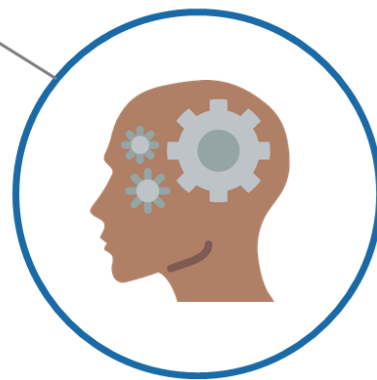
เพื่อเอื้อให้เกิดโอกาสในการหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices)



เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างเป็นฐานความรู้ที่เข้มแข็ง (Core Competence) ในองค์กร



เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่เกิดขึ้นตลอดเวลา



ลักษณะขององค์กรแห่งการเรียนรู้

- 1 แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ด้วยหลักการที่สมเหตุสมผล
- 2 ทดลองและปฏิบัติแนวทางใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร
- 3 เรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยบันทึกข้อมูลเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในอนาคต
- 4 เรียนรู้จากผู้อื่น โดยวิธีการสังเกตหรือสัมภาษณ์
- 5 มีการถ่ายทอดความรู้ด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การแบ่งปันความรู้ การหมุนเวียนงาน เป็นต้น

Note

สิ่งที่จำเป็นของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Organizational Learning) คือ การมีผู้นำที่สนับสนุนและพัฒนการเรียนรู้ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการกำหนดกระบวนการและโครงสร้างด้านการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

องค์ประกอบในการสร้างการเรียนรู้ขององค์กร

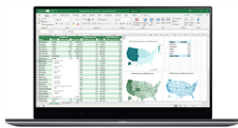


เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างองค์ความรู้

ปัจจุบันองค์กรสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ภายใน รวมถึงเครื่องมือบริหารจัดการกระบวนการทำงานอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์และวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ



เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics Tools)



Microsoft Excel เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและขาดไม่ได้ รองรับการสร้างโมเดล กราฟ และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่



แพลตฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ ที่รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากโลกออนไลน์ เช่น จำนวนคนที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือความสำเร็จของแคมเปญ เพื่อช่วยทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าและวางแผนการตลาด



เครื่องมือแสดงผลข้อมูล (Data Visualization Tools)



Tableau มีฟังก์ชันหลักคือการวิเคราะห์และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อแสดงผลเป็น Dashboards โดยสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้หลายชนิด และใช้งานได้ง่าย



Power BI เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ (Business Intelligence) รองรับการทำงานร่วมกับ Excel ที่มีข้อมูลหลากหลายและซับซ้อน พร้อมทั้งแสดงผลข้อมูลในรูปแบบของกราฟ แผนที่ และ Dashboard ได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างองค์ความรู้

ปัจจุบันองค์กรสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ภายใน รวมถึงเครื่องมือบริหารจัดการกระบวนการทำงานอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์และวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ



เครื่องมือบริหารการทำงาน (Workflow Management)

monday.com



แพลตฟอร์มการบริหารโปรเจกต์หรือทีม เพื่อวางแผนและติดตามการทำงาน ช่วยให้เห็นภาพรวมของการทำงาน ลดการซ้ำซ้อนของงาน และปรับปรุงการทำงานแต่ละขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Fleetmatics

Microsoft Dynamics



ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (Management Information System) ที่ประมวลผลข้อมูลสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการทำงานและการตัดสินใจ



เครื่องมือวิเคราะห์ขั้นสูง (Advanced Analytics Tools)

SAP

salesforce

ORACLE

Adobe Experience Cloud

เครื่องมือบริหารจัดการองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อวิเคราะห์วางแผน และควบคุมการทำงานในแต่ละฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ERP และ MRP เพื่อเชื่อมโยงและลดความซับซ้อนของการทำงาน และช่วยในการตัดสินใจ

sas

APACHE SPARK

IBM

เครื่องมือวิเคราะห์สำเร็จรูป ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการรวบรวม เชื่อมโยง และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่มีความซับซ้อน เพื่อช่วยคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตได้อย่างแม่นยำ



กรณีศึกษา (Case Study) – The 1

The 1 (เดอะวัน) คือแพลตฟอร์ม (Loyalty platform) สำหรับสมาชิกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ด้วยจำนวนสมาชิกมากกว่า 17 ล้านราย ครอบคลุมมากกว่า 25% ของประชากรไทยทั้งประเทศ ที่กำลังเดินทางสู่การเป็นไลฟ์สไตล์แพลตฟอร์มที่เข้าใจและรู้ใจผู้บริโภคด้วยการเชื่อมโยงทุกไลฟ์สไตล์ ผ่านพันธมิตรใน Ecosystem ที่แข็งแกร่งกว่า 1,000 ราย



Adobe Experience Cloud เป็นโซลูชันครบวงจรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยมีหน้าที่และกระบวนการทำงาน ดังนี้



รวบรวมข้อมูลจากทุกช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์



บูรณาการข้อมูลที่ได้จากระบบต่าง ๆ ของ The 1 เข้ากับข้อมูลจากเครือข่ายพันธมิตร



บูรณาการและแปลงข้อมูลลูกค้าที่รวบรวมได้มาเป็นข้อมูลสมาชิก ซึ่งจะมีการอัปเดตแบบเรียลไทม์ (Real-time)



กลั่นกรองและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Adobe Analytics จนได้เป็นข้อมูลเชิงลึก (Insight)



นำเสนอประสบการณ์และข้อเสนอให้แก่สมาชิกแต่ละคนได้อย่างถูกใจและถูกช่องทาง ด้วย Adobe Target

Note

ประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร

- ✓ ได้ข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่หลากหลายและครบถ้วน
- ✓ ประหยัดเวลาในการรวบรวมข้อมูล
- ✓ ลดความผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ (Human errors)
- ✓ ข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่ได้เป็นข้อมูลที่ได้รับการกลั่นกรองแล้ว จึงสามารถลดความซับซ้อนหรือลดข้อมูลที่ไม่เป็นประโยชน์ได้
- ✓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอัตโนมัติมีความแม่นยำและรวดเร็ว
- ✓ ได้ข้อมูลเชิงลึก (Insight) ของลูกค้า
- ✓ ด้วยโครงสร้างด้านข้อมูล (Data Infrastructure) ที่แข็งแกร่งทำให้ The 1 ดำเนินงานได้อย่างยืดหยุ่น พร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และมอบประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ต่อลูกค้า

★ สามารถนำเสนอประสบการณ์ สินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า/สมาชิกผ่านช่องทางการติดต่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ โซเชียลมีเดีย (ไลน์, เฟซบุ๊ก) อีเมล เว็บไซต์ ร้านค้าในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และตอบโต้ทุกลูกค้าแบบรายบุคคลได้อย่างไร้รอยต่อ (Omnichannel)

★ สามารถมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุด (Personalization) ตามความสนใจและตำแหน่งของลูกค้า (Location) ได้แบบเรียลไทม์



กรณีศึกษา (Case Study) – Refinn

บริษัท FinTech สตาร์ทอัพด้านรีไฟแนนซ์ เป็นตัวกลางระหว่างลูกหนี้กับธนาคาร โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์โปรแกรมสินเชื่อที่เหมาะสมที่สุด ประเมินความเสี่ยง ลดขั้นตอนการอนุมัติ และลดภาระหนี้สิน



ช่วยจัดการหนี้ให้กว่า
17,976 ครอบครัว



วงเงินที่ใช้บริการ
125,000 ล้านบาท



เป็นพันธมิตรกับ
15 ธนาคาร

พัฒนาระบบ Big Data ด้านรีไฟแนนซ์



Excel

ใช้ Excel ในการพัฒนาต้นแบบ (MVP) ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและสินเชื่อจากหลากหลายธนาคาร เพื่อประเมินโปรโมชั่นสินเชื่อ

Refinn

พัฒนาระบบ Big Data ของตนเอง โดยพัฒนาสูตรคำนวณทางการเงินร่วมกับนักวางแผนการเงินระดับประเทศ ในรวบรวมข้อมูลด้านสินเชื่อจากเครือข่ายธนาคารได้อย่าง Realtime พร้อมใช้เทคโนโลยี Machine Learning และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

- คัดกรองข้อเสนอจากธนาคารให้ตรงและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
- ประเมินโอกาสเพื่อลดความเสี่ยงในการถูกปฏิเสธการอนุมัติสินเชื่อ
- วิเคราะห์เอกสารและประวัติด้านการเงินของลูกค้า
- พัฒนาระบบให้แจ้งผลการอนุมัติสินเชื่อแบบ Realtime
- ระบบให้คำปรึกษาผ่าน Chatbot ที่วิเคราะห์จาก Big Data

Note

บทที่ 4

วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovative Culture)



Key Learning Objectives:

- ✓ สร้างความเข้าใจลักษณะของวัฒนธรรมนวัตกรรม และรูปแบบการทำงานและสื่อสารในองค์กรนวัตกรรม
- ✓ เรียนรู้แนวทางการสร้างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม
- ✓ ความสำคัญของการสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการออกไอเดียและสร้างนวัตกรรม

การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมให้กับองค์กร

หนึ่งหัวใจหลักในการผลักดันองค์กรให้ประสบความสำเร็จ คือการสร้างสรรควัฒนธรรม นวัตกรรม เพื่อให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

What is Innovative Culture?

วัฒนธรรมนวัตกรรม คือวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำเสนอไอเดียนวัตกรรม และทดลองพัฒนาไอเดียใหม่ๆ โดยควรเปิดรับไอเดียแปลกใหม่ (Crazy ideas) และเปิดรับไอเดียจากภายนอก



Note

การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กรมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- 1) การรับรู้สถานภาพปัจจุบันขององค์กร รวมถึงเข้าใจวัฒนธรรมปัจจุบันขององค์กร
- 2) การมีผู้นำที่เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์นวัตกรรม
- 3) การสร้างความเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ระดับบุคลากร (Bottom-up) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม
- 4) การมีเป้าหมายในการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่ชัดเจน
- 5) การสื่อสารเป้าหมายและวิสัยทัศน์ด้านนวัตกรรมทั้งภายในและภายนอก



หมายเหตุ: เพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีจุดประสงค์ ควรจะต้องมีการวัดผลและทำซ้ำ จากการประเมินการดำเนินงานด้านนวัตกรรม และวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหาต่อไป

Note

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



กรณีศึกษา (Case Study) – Pixar

Pixar เป็นสตูดิโอคอมพิวเตอร์อนิเมชันอเมริกันตั้งอยู่ที่เอเมอร์วิลล์ รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของเดอะวอลต์ดิสนีย์สตูดิโอ เป็นที่รู้จักในนามกลุ่มกราฟิกผลิตภาพยนตร์อนิเมชันมากมาย เช่น Toy Story, A Bug's Life, Finding Nemo, Cars และอื่นๆ Pixar ปรับเปลี่ยนองค์กรมาตลอดจนประสบความสำเร็จอย่างยิ่งด้วยการปรับใช้วัฒนธรรมนวัตกรรมที่ให้สำคัญกับความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม



หลักการพัฒนารรณนวัตกรรมในองค์กร Pixar

- 1 คนสำคัญกว่าความคิด สร้างความเชื่อใจให้กับพนักงานและความเคารพความคิดถึงกันและกัน
- 2 สร้างการยอมรับในความไม่แน่นอน และสร้างการรับรู้ว่า “ไม่รู้ ไม่เป็นไร” แต่งเผชิญหน้ากับมัน
- 3 สนับสนุนการทดลองและความผิดพลาดสามารถเกิดขึ้น เพราะความผิดพลาดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ
- 4 สร้างให้ทุกคนรู้สึกปลอดภัยที่จะเสนอความคิดต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากมายในองค์กร
- 5 ความล้มเหลวจากการนำเสนอในลิฟต์จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และความคิดใหม่ ๆ
- 6 พัฒนาบรรยากาศการสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น วิธี “The Brain Trust” หรือ วิธี “The Dailies”
- 7 กำจัดสิ่งกีดขวางในการทำงานหรือสื่อสารกันระหว่างพนักงานที่มีความแตกต่างกัน
- 8 สร้างความเข้าใจว่าความขัดแย้งในการทำงานสามารถเกิดขึ้นได้ แต่ต้องไม่นำมาเป็นปัญหาส่วนบุคคล
- 9 เปิดกว้างทางวัฒนธรรมและสนับสนุนพนักงานใหม่ให้ตั้งคำถามกับทุกสิ่งหากคิดว่ามันไม่ใช่

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – AIS

AIS ชู “นวัตกรรม” เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมหลักขององค์กร จัดตั้งหน่วยงานทีม “NEXT” หรือ Novel Engine Execution Team เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมและผลักดันไอเดีย Startup ของพนักงานให้เกิดขึ้นได้จริง



Note

AIS มีกลยุทธ์ FINDU – กลยุทธ์การปรับตัวของพนักงานเพื่อรับมือกับ Digital Transformation

F Fighting Spirit

I Innovation

N New Ability

D Living Digital Life

U Sense of Urgency

ฟันเฟืองหลักในการสร้างความแตกต่างและรูปแบบธุรกิจใหม่

- ✓ พัฒนารากฐานความคิดแบบ “นวัตกรรม”
- ✓ ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน
- ✓ พัฒนาแพลตฟอร์ม InnoJump ให้พนักงานทุกระดับได้มีช่องทางนำเสนอไอเดียนวัตกรรม
- ✓ จัด Workshop ด้านนวัตกรรมให้กับพนักงาน
- ✓ จัดตั้ง Internal VC และ Incubator ในนาม “InVent” เพื่อสนับสนุนและให้ทุนในการพัฒนาไอเดีย

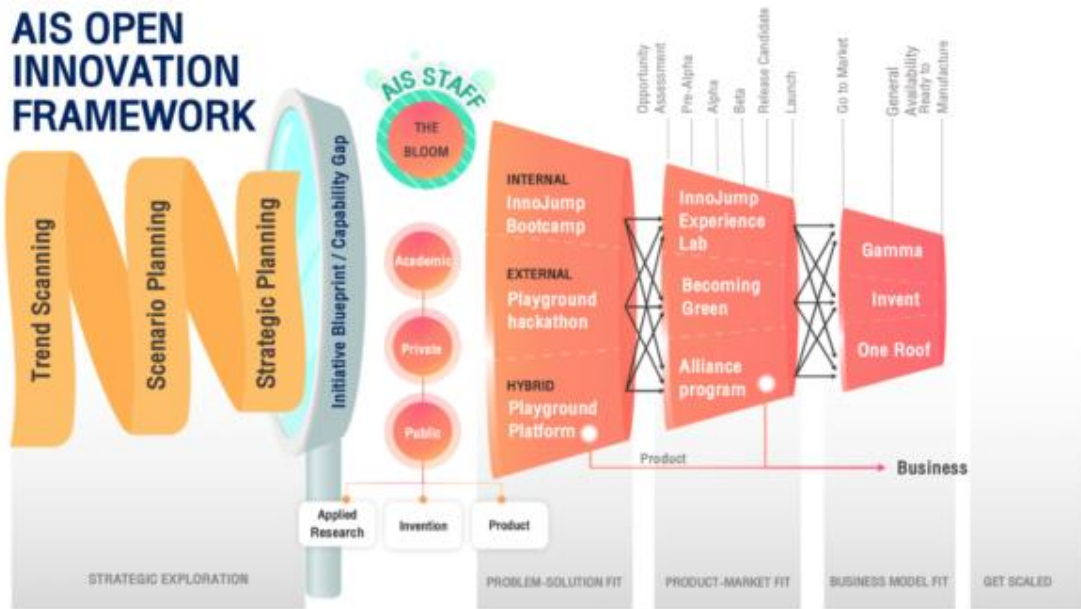


ไอเดียนวัตกรรมที่ไม่ตรงกับแกนธุรกิจหลักของ AIS อาจได้รับการลงทุนจาก InVent (CVC ของ AIS) เพื่อผลักดันนวัตกรรมเข้าสู่ตลาด หรือ Startup Ecosystem ต่อไป



กรณีศึกษา (Case Study) – AIS

กรอบการสร้างนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation Framework) ของ AIS ช่วยให้สามารถสร้างสรรค์ไอเดียนวัตกรรมที่แปลกใหม่ นำไปสู่โอกาสทางธุรกิจใหม่

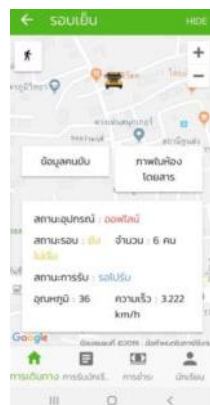
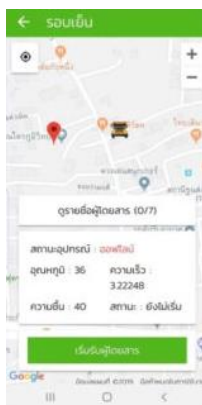


ตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จ

School Van Clever เป็นสตาร์ทอัพภายใน โครงการแรกจาก InnoJump

พัฒนาโดยพนักงาน AIS จากภาคใต้ เพื่อสร้างความปลอดภัยในรถตู้รับส่งนักเรียน

- ติดตั้งกล้องมองภาพในรถยนต์ และเซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหว
- นวัตกรรมที่ช่วยให้ผู้ปกครองสามารถสอดส่องดูแลบุตรหลานได้ Real-time
- ทำงานร่วมกับแอปพลิเคชัน ควบคุมการรับ-ส่งนักเรียนอย่างเป็นระบบ



วิธีการสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร

องค์กรที่ต้องการจะสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมให้เกิดขึ้น สามารถส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเสนอไอเดียนวัตกรรม ด้วยการสร้างแรงจูงใจในรูปแบบต่างๆ ทั้งผลประโยชน์ที่จับต้องได้ การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี หรือการดูแลสภาพจิตใจของพนักงานอย่างทั่วถึง



ให้คุณค่ากับความคิดเห็นของพนักงาน

- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานแล้วนำมาปรับเปลี่ยนและพัฒนา



เสนอโปรแกรมพัฒนาพนักงาน หรือ Workshop

- สร้างโปรแกรมอบรมหรือพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้กับพนักงาน หรือส่งไปอบรมภายนอก และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์



จัด Startup Program

- จัดโครงการคิดค้นนวัตกรรม พนักงานทำวิจัยเพื่อทดสอบไอเดีย และนำเสนอ โครงการของผู้ชนะจะถูกนำมาทำให้ออกมาจริง



สร้างบรรยากาศคิดบวกและสบายใจ

- โดยเริ่มได้จากตนเองก่อน เช่น เล่นมุก เปิดเพลง หัวเราะ เป็นต้น หรือการตกแต่งสถานที่



สนับสนุนการทั้งด้านสุขภาพและจิตใจ

- ให้มีการพักระหว่างงาน เดินเล่น ไปร้านกาแฟใกล้ ๆ เล่นโยคะ ทำสมาธิ
- จัดกิจกรรมให้พนักงานได้ยืดเส้นยืดสาย หรือออกกำลังกาย



ฉลองกับความสำเร็จของเป้าหมาย

- จัดงานเลี้ยงฉลองหรือเลี้ยงอาหาร ในโอกาสที่ได้รับความสำเร็จของเป้าหมายหรือเหตุการณ์สำคัญ เพื่อเป็นกำลังใจต่อไป



เสนอการแบ่งผลประโยชน์

- ให้พนักงานมองว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของงานที่ทำ



เสนอผลตอบแทนเพิ่มเติม

- ผลประโยชน์ที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับงานโดยตรง เช่น ให้อجازاتเพิ่มเติม พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ ห้องพักผ่อน เกม จำนวนวัน WFH เป็นต้น

Note

การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อนวัตกรรม

ผู้นำในองค์กรนวัตกรรมควรสนับสนุนให้ทีมงานมีทัศนคติที่เปิดรับความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยง และเปิดรับไอเดียใหม่ๆ รวมถึงสร้างสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดไอเดียนวัตกรรม

❑ ทักษะ (Mindset) ในการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ควรส่งเสริมให้พนักงานคิดนอกกรอบ กล้าเสี่ยงและท้าทายสิ่งเดิมๆ อยู่เสมอ พร้อมให้อิสระพนักงานทุกระดับในการนำเสนอไอเดียของตนเอง และคอยสนับสนุนไอเดียของกันและกัน

❑ บรรยากาศ (Environment) ในการทำงานที่สนับสนุนการพัฒนาไอเดียนวัตกรรม

ทำให้ออฟฟิศมีความเป็นกันเอง มีการตกแต่งและบรรยากาศที่สบายใจ เพื่อให้พนักงานสามารถแลกเปลี่ยนไอเดียกันได้อย่างตรงไปตรงมา



Note



กรณีศึกษา (Case Study) – Twitter

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นองค์กรให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก ได้รับความนิยมจากคนทั่วไป ได้รับการขนานนามว่าเป็นหนึ่งใน “องค์กรที่มีผู้คนอยากจะทำตามมากที่สุด” เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ



Twitter for Good

พันธกิจคือ สะท้อนและเพิ่มพลังของทวิตเตอร์และความสามารถของพนักงานผ่านการให้บริการอย่างที่ดีด้วยความผูกพัน ความสนใจ ความใส่ใจ เป็นกุศล และอบอุ่นอารีของพนักงาน

Leaderships

ให้ความสำคัญกับการเติบโต พร้อมทั้งเปิดกว้างสำหรับผู้ที่มีทักษะอันโดดเด่น



Note

@ How to Motivate People in Twitter



สร้างแรงจูงใจผ่านการกระตุ้นการทำงานระหว่างพนักงานด้วยกันเองจากพนักงานที่มีความสามารถ



ให้ผลตอบแทนกับผู้ที่มีความดีเด่นโดยลาพักก่อนได้โดยไม่จำกัดเวลา



ให้สวัสดิการด้านอาหาร เช่น อาหารฟรีทุกมื้อ เบียร์ฟรี



ชื่นชมและขอบคุณพนักงานที่ทำสิ่งดี ๆ ให้องค์กร



มีรูปแบบการประชุมบนดาดฟ้า



ให้งานที่ท้าทาย สนุก มีคุณค่า และมีอิทธิพลต่อสังคม



สภาพแวดล้อมการทำงานที่มุ่งการทำงานเป็นทีม



เสนอขายหุ้น IPO ให้กับพนักงาน



มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น คลาสโยคะ ฟิตเนส



ออกแบบสถานที่ทำงานให้เหมือนอยู่ในมหาวิทยาลัย ที่มีความสนุกสนาน มีพลัง และความคิดสร้างสรรค์ มีพื้นที่กลางแจ้งนอกอาคาร สนับสนุนห้องกิจกรรมต่าง ๆ



กรณีศึกษา (Case Study) – CPAll

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และธุรกิจเครือเดียวกัน มีการบริหารจัดการนวัตกรรม เพื่อบ่มเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ยกกระตบการให้บริการ และปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้วยการสร้างบรรยากาศและโครงการและเวทีประกวดนวัตกรรมทั้งภายในและภายนอก

วัฒนธรรมนวัตกรรม

ส่งเสริมให้พนักงานได้สร้างสรรค์ไอเดียผ่านเวทีประกวดนวัตกรรมแบบระบบปิด (Closed Innovation) ภายในองค์กร และระบบเปิด (Open Innovation)



โครงการนวัตกรรมแบบปิด (Close Innovation)

- โครงการ President Awards เน้นการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและกระบวนการใหม่ๆ
- โครงการปลาฝูงใหญ่ (Big Fish) เน้นสร้างนวัตกรรมจากร้าน 7-11
- โครงการประกวดความเป็นเลิศด้านกระบวนการ (Approval Process Excellence Awards)



โครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

- โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรม Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย
- โครงการ 7 Innovation Awards



โครงการนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงงาน เช่น โครงการ Ant Mission

การจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยี และนวัตกรรม

มีการจัดตั้งศูนย์วิจัยในด้านต่างๆ

- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science Technology and Innovation Development Office: STIDO)
- บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด เพื่อวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร
- สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Note

การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อนวัตกรรม

การระดมสมองช่วยสร้างนวัตกรรม และทักษะการทำงานร่วมกัน โดยเริ่มจากการระบุประเด็นปัญหาให้ชัดเจน สร้างไอเดียอย่างไม่จำกัด จัดไอเดียเข้าหมวดหมู่ตามความเร่งด่วน และเลือกไอเดียที่สัมพันธ์กับเป้าหมายองค์กร

1

เตรียมพร้อม



ระบุปัญหา

ระบุประเด็นปัญหาหรือหัวข้อที่ต้องการพูดถึง

- หัวข้อควรมีความชัดเจน



เลือกผู้ดำเนินการและผู้เข้าร่วม

- ผู้ดำเนินการ : ประสานงานให้เกิดการออกความเห็นอย่างเท่าเทียมกัน
- ผู้เข้าร่วม : ผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหา ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ และบุคลากรที่ไม่ได้อยู่ในด้านนี้ เพื่อสร้างความหลากหลาย

Note

2

ระดมความคิด



การสื่อสารที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน

แนวทางการสื่อสารที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกัน หรือ Collaborative Communication ประกอบด้วย การสื่อสารแบบเปิด การปรับใช้เครื่องมือที่เหมาะสมเข้ามาช่วย การสื่อสารแบบ Burst การฟังอย่างตั้งใจ และการตระหนักรู้สถานะของผู้อื่น

01 ติดตั้งการสื่อสารแบบเปิดให้เป็นทางเลือกหลัก (Default to open communication)

- ทราบเวลาใดควรถาม และถามอย่างไรให้เหมาะสม
- มีนโยบายการสื่อสารที่เอื้อให้ทุกคนแบ่งปันความคิด
- ผู้นำควรเปิดบทสนทนาอย่างจริงจัง
- เปิดกว้างการแบ่งปันทางความคิด ภายใต้วีธีการที่เหมาะสม
- ข้อมูลที่แบ่งปันต้องสำคัญและตรงประเด็น
- พิจารณาประเด็นการสื่อสารให้ครอบคลุม และทุกคนเข้าใจ

02 ปรับใช้เครื่องมือสื่อสารให้เหมาะสม (Streamline your communication tools)

- ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้เพื่อลดการพุดซ้ำ
- เมื่อต้องสื่อสารออนไลน์ ทุกคนต้องทราบวิธีการใช้ เครื่องมือนั้นๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสม
- เลือกใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับลักษณะการทำงานของทุกคนและในปริมาณที่ไม่มากเกินไป
- ทุกคนในทีมต้องติดตั้งเครื่องมือที่จะใช้

03 ใช้วิธีการ Burst communication (keep team innovative and focus)

- เป็นการสื่อสารและร่วมมือกันในช่วงเวลาที่รวดเร็ว ตามด้วยช่วงเวลาที่เงียบยาวนาน เพื่อให้ทุกคนได้ตั้งใจทำงาน
- ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และ เป็นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน

แนวทางการสื่อสารที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกัน หรือ Collaborative Communication ประกอบด้วย การสื่อสารแบบเปิด การปรับใช้เครื่องมือที่เหมาะสมเข้ามาช่วย การสื่อสารแบบ Burst การฟังอย่างตั้งใจ และการตระหนักรู้สถานะของผู้อื่น

04 เรียนรู้ที่จะฟังและติดตามงาน (Learn to listen and follow up)

- ฟังอย่างเข้าใจ ถามคำถามอย่างถูกวิธี และติดตามอย่างมีประสิทธิภาพและเคารพผู้อื่น
- ให้ความสนใจฟังอย่างตั้งใจเมื่อผู้อื่นแบ่งปันความคิด หรือแสดงความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

05 ตระหนักรู้ว่าแต่ละคนทำอะไรอยู่ (Aware of teammate's focus)

- ตระหนักรู้หรือสังเกตเสมอว่าผู้อื่นกำลังทำอะไรอยู่ก่อนที่จะขัดจังหวะหรือรบกวนผู้อื่น
- หากเป็นการทำงานระยะไกลกัน หรือทำงานออนไลน์ให้นำเครื่องมือเข้ามาช่วย เช่น การตั้งสถานะตนเองขณะทำงาน ทำให้ผู้อื่นทราบว่ากำลังทำอะไร เป็นต้น

Note

.....

.....

.....

.....

.....

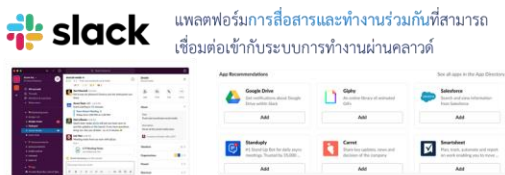
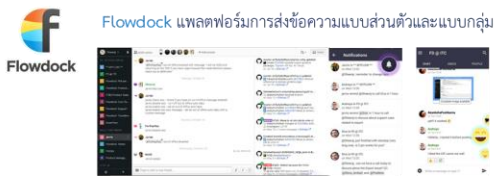
.....

.....

เครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (Collaborative Communication Tools)

เครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างกันภายในทีม เครื่องมือสำหรับการสร้างหรือทำงานพร้อมกัน และเครื่องมือสำหรับการบริหารโปรเจกต์

เครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างกันภายในทีม



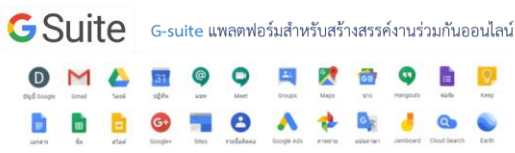
WebEx เสนอห้องสำหรับการประชุมที่สามารถตั้งค่าได้ตามต้องการ



Microsoft teams ซอฟต์แวร์เพื่อการติดต่อสื่อสารแบบวิดีโอและส่งข้อความ



เครื่องมือสำหรับการสร้างหรือทำงานพร้อมกัน



IGLOO Igloo แพลตฟอร์มสำหรับสร้างสรรค์งานร่วมกันออนไลน์

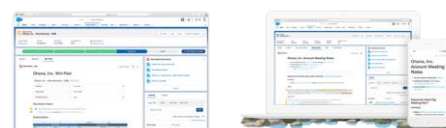


codingteam แพลตฟอร์มสำหรับการเขียนโค้ดร่วมกันของโปรแกรมเมอร์



Quip

Quip แพลตฟอร์มสำหรับสร้างสรรค์ ปรับปรุง และแก้ไขงานร่วมกันออนไลน์



เครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างกันภายในทีม เครื่องมือสำหรับการสร้างหรือทำงานพร้อมกัน และเครื่องมือสำหรับการบริหารโปรเจค



The screenshot shows a Windows 10 desktop environment. The Start menu is open, displaying a grid of application tiles for 'New Windows Store apps', 'Photos', 'Music', 'Movies & TV', 'Calendar', 'Mail', 'People', 'Maps', 'Weather', 'News', 'Finance', 'Health', 'Sports', 'Gaming', 'Education', 'Business', 'Utilities', and 'System'. The taskbar at the bottom contains icons for the Start button, File Explorer, Microsoft Edge, and the Windows Defender Security Center. Several application windows are open, including the Windows Store, Microsoft Edge, and the Windows Defender Security Center.



The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM interface. On the left, a navigation pane shows 'Home', 'Account', 'Contact', and 'Activity'. The main area is divided into two panes. The left pane shows a list of contacts with columns for Name, Title, and Department. The right pane shows the detailed view of a contact named 'John Doe', including fields for Name, Title, Department, and a list of related activities.



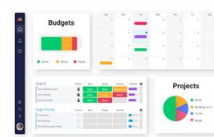
แพลตฟอร์มบริหาร
จัดการโปรเจกอย่าง
สร้างสรรค์



Wimi พื้นที่สำหรับ
จัดการโปรเจกต์และ
ทำงานร่วมกันออนไลน์



เป็นแพลตฟอร์มเครื่องมือการ
ทำงานร่วมกัน ตั้งวัตถุประสงค์
และมอบหมายงาน



PH ProofHub ProofHub แพลตฟอร์มจัดการไฟล์ วางแผน และติดตามดูแลโปรเจกต์ต่าง ๆ





กิจกรรม Workshop – Brainstorming for Innovation

กิจกรรมจะมุ่งไปที่การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างกระบวนการนวัตกรรมที่สมบูรณ์ (Collaboration fosters innovation) ผ่านการการอภิปรายกลุ่มและการแลกเปลี่ยนไอเดีย ความคิด การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างกระบวนการนวัตกรรมที่สมบูรณ์ ด้วยการใช้ Brainstorming for Innovation Canvas

Brainstorming for Innovation

Team:

Rapid Ideas Generation	Crazy Ideas	Build on Ideas
- Write down as many ideas as possible (aiming for 100 ideas) - Group the ideas together	Contribute to more crazy ideas	Select ideas to develop further into solution



Instruction:

Step 1: สร้างไอเดียให้ได้มากที่สุด โดยให้ทุกคนในทีมร่วมกันแลกเปลี่ยนไอเดียของตัวเอง เขียนทุกไอเดียลงบนโพสต์อิท แล้วจึงพยายามจับกลุ่มไอเดียเข้าด้วยกัน

Step 2: คิดไอเดียที่แปลกใหม่ โดยเน้นการสร้างไอเดียที่แปลกๆ แหวกแนว และสร้างสรรค์ที่สุด เพื่อฉีกกระบวนการคิดออกจากกรอบเดิมๆ

Step 3: นำไอเดียมาต่อยอด ให้รายละเอียดและที่มาที่ไปของไอเดีย เพื่อพัฒนาเป็น Solution

Brainstorming for Innovation

Team

TIME
CONSULTING

Rapid Ideas

- Write down as many ideas as possible (aiming for 100 ideas)
- Group the ideas together

Crazy Ideas

- Contribute to more crazy ideas

Build on

- Select ideas to develop further into solution

บทที่ 5

การบริหารทรัพยากร (Resource Management)



Key Learning Objectives:

- ✓ สร้างความเข้าใจถึงความสำคัญและแนวทางในการบริหารจัดการ
ความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร
- ✓ เรียนรู้รูปแบบและเทคนิคการจัดการทรัพยากรบุคคล เวลา
งบประมาณ เทคโนโลยี และทรัพยากรอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการสร้าง
นวัตกรรม
- ✓ การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กร การวางแผนและบริหารจัดการทรัพยากรด้านบุคคลอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพพนักงานที่เหมาะสม จะช่วยส่งเสริมให้การทำงานในบริษัทมีประสิทธิภาพสูงสุด

การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร โดยมีกลยุทธ์ในการสรรหาพนักงานที่มีศักยภาพเหมาะสม การบริหารผลประโยชน์ของพนักงาน และส่งเสริมให้พนักงานทำงานตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาทักษะให้บุคลากร

การวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning)

การรับสมัครและสรรหาพนักงาน

ใช้กระบวนการและเครื่องมือในการคัดเลือกผู้สมัครอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาทั้งด้านคุณสมบัติ ทักษะ ประสิทธิภาพ และความคิดสร้างสรรค์ของผู้สมัคร

หัวใจสำคัญคือ “Put the right man on the right job at the right time” หรือการเลือกสรรคนที่มีคุณสมบัติตรงกับงาน เข้ากับองค์กร และพร้อมทำงานในเวลาที่เหมาะสม

การวางแผนผู้สืบทอด

ประเมินความพร้อมของกำลังคน เพื่อวางแผนการสรรหาและฝึกอบรมพนักงานให้เพียงพอต่อการทำงานตลอดเวลา

การประเมินผลการทำงาน

ติดตามและประเมินผลการทำงานของพนักงาน เพื่อวิเคราะห์เรื่องอัตราจ้าง การเลื่อนตำแหน่ง และชี้ช่องทางปรับปรุงการทำงาน

Note

การวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning)



การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

ภารกิจหลักของ HR คือการพัฒนาศักยภาพให้พนักงานอยู่เสมอ ทั้งด้านทักษะที่ตรงสายงาน องค์กรความรู้ ความเป็นผู้นำ และการทำงานเป็นทีม ผ่านการฝึกอบรม หรือระบบให้พนักงานได้ฝึกทักษะความรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น เกมส์ หรือ แอปมือถือ

การใช้ระบบดิจิทัลและไอทีในการบริหารจัดการ



- ใช้ระบบ HRIS ตั้งแต่การรับสมัคร การจ่ายเงินเดือน การพัฒนาองค์ความรู้
- วิเคราะห์ข้อมูลการทำงาน เพื่อวัด KPI และคาดการณ์อัตราการลาออก

ผลประโยชน์และแรงจูงใจของพนักงาน

ควรดูแลทั้งผลประโยชน์หลัก (เงินเดือนหรือเบี้ยเลี้ยงเพิ่มเติม) และผลประโยชน์รอง เช่น วันหยุด เวลาการเข้างานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการพนักงาน หรืออุปกรณ์สำนักงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน

Note

การสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร

ทักษะและทัศนคติของบุคลากรในองค์กรเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างองค์กรนวัตกรรม โดยควรพิจารณาบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์และคิดนอกกรอบ และใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ ในกระบวนการสรรหาบุคลากร



- ☐ พัฒนาภาพลักษณ์ด้านการจ้างงาน (Employer Brand) ขององค์กรให้มีความน่าดึงดูด เน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการจ้างงาน เช่น โครงการพัฒนาบุคลากร สวัสดิการองค์กร เป็นต้น
- ☐ พิจารณาจากความคิดสร้างสรรค์และทัศนคติ มองหาคนที่คิดนอกกรอบ ทำลายวิธีคิดแบบเดิมๆ ผ่านการสัมภาษณ์หรือทำกิจกรรม แทนการดูแค่เกรดหรือ CV
- ☐ สร้างบรรยากาศที่ดีในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้สมัครงานไม่รู้สึกกดดันจนเกินไป และบรรยากาศในการสัมภาษณ์ยังเป็นสิ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมการทำงานในองค์กร
- ☐ ลงทุนในระบบติดตามผู้สมัคร (Applicants Tracking System) ที่จะช่วยสรรหาบุคลากรได้อย่างครบวงจร และลดระยะเวลาที่ไม่จำเป็นให้กับองค์กร
- ☐ ร่วมมือกับสถานศึกษาในการค้นหาผู้สมัครงาน เช่น การร่วมงาน Career Fairs การประกาศรับสมัครงานผ่านเว็บไซต์ของสถานศึกษา เป็นต้น
- ☐ ทำการตลาดเพื่อการสรรหาบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำที่น่าสนใจในประกาศรับสมัครงาน การใช้สื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์การรับสมัครงาน
- ☐ รับสมัครงานผ่านการแนะนำจากบุคลากรในองค์กร ช่วยลดระยะเวลาในการสรรหา และเพิ่มโอกาสที่จะได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการ

Note

.....

.....

.....

.....

.....

.....



กรณีศึกษา (Case Study) – Unilever

ยูนิลีเวอร์ (Unilever) เป็นบริษัทข้ามชาติสัญชาติอังกฤษและเนเธอร์แลนด์ ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่มียอดขายสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก มีพนักงานกว่า 170,000 คนทั่วโลก จำหน่ายสินค้ากว่า 30,000 คนต่อปี และได้รับใบสมัครกว่า 1.8 ล้านใบ

ยูนิลีเวอร์ ใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบอัตโนมัติ (Automation) เพื่อให้กระบวนการรับสมัครพนักงานง่ายขึ้น โดยเฉพาะกับโครงการ Future Leader's program ที่มีผู้สมัครมากถึง 250,000 คน แต่รับเพียง 800 คน



pymetrics

Pymetrics เป็นเครื่องมือประเมินลักษณะทางสังคม พฤติกรรม และการคิดของผู้สมัครผ่านเกม (Game-based platform)



HireVue เป็นบริษัทหาพนักงานที่สัมภาษณ์ผ่านวิดีโอซึ่งระบบ AI จะวิเคราะห์หาข้อมูลของผู้สมัคร และ Machine Learning ทำนายผลการทำงานในอนาคต



ประโยชน์สำหรับผู้สมัคร

- 1 สร้าง Engagement ให้กับผู้สมัครทำให้เล่นเกมจนจบ
- 2 ผู้สมัครสามารถบันทึกวิดีโอสัมภาษณ์ในเวลาที่เหมาะสม
- 3 ได้รับผลการประเมินจากการประเมินผ่านการเล่นเกม
- 4 ไม่มีอคติจากการพิจารณาเรซูเม่ หรือการสัมภาษณ์
- 5 ผลการประเมินจากเกมมีความตรงความเที่ยงตรง
- 6 ลดความเครียดหรือความกังวลที่อาจเกิดขึ้นจากวัฒนธรรม หรือความแตกต่างของเพศ



ประโยชน์สำหรับองค์กร

- 1 องค์กรได้เห็นถึงพฤติกรรมและการตอบสนองที่เป็นธรรมชาติของผู้สมัคร
- 2 ทราบผลการทำนายการทำงานในอนาคต
- 3 พิจารณาผู้สมัครโดยตรงไปตรงมาจากวิดีโอสัมภาษณ์ ลดการประเมินผู้สมัครเกินจริง
- 4 องค์กรสามารถพิจารณาวิดีโอได้อย่างถี่ถ้วน
- 5 สามารถลดระยะเวลาและต้นทุนของกระบวนการรับสมัคร



Wongnai (วงใน) เป็นบริษัทที่เริ่มต้นจากการเป็นแอปพลิเคชันรีวิวอาหารและเติบโตสู่การเป็น Lifestyle Platform ที่มีทั้งการรีวิวเรื่องความสวยงามและสปา บริการค้นหาสูตรอาหาร บริการเดลิเวอรี่อาหาร โดยปัจจุบัน Wongnai มีการจ้างงานบุคลากรภายในองค์กรมากกว่า 300 คน



ทัศนคติที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร

นอกจากความรู้ความสามารถเชิงปฏิบัติ Wongnai จะมีการสัมภาษณ์ในเชิงทัศนคติและไหวพริบในการแก้ไขปัญหาจากคำถามตามสถานการณ์สมมติ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติในการทำงานที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร



Wongnai สร้าง Employer Brand โดยให้บุคลากร
ในองค์กรบอกเล่าถึงเรื่องราวในการทำงานทั้งวิธีการ
ดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาของแต่ละทีมผ่านบล็อก
Life@Wongnai ซึ่งเป็นการสร้าง Employer Brand
แบบออร์แกนิก และยังสร้างความมีส่วนร่วมของ
บุคลากรภายในองค์กรเพิ่มขึ้น



6 ข้อเสนอแนะที่อยากให้อ่านก่อนเริ่มฝึกงาน

Boy Patravoot [Follow](#)
Jan 8, 2020 · 2 min read

2 ปีล่าสุดเมื่ออ่าน resume ของนิสิต/บัณฑิตทางวิศวกรรม/วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์/IT ที่สมัครเป็นงานช่างบางทีคงเห็นได้ชัดว่าแต่ละคนมีประวัติการทำงานที่มากมายแล้ว แต่สิ่งที่น่าแปลกใจของงานช่างบางทีหลายสิบ แลกว่าจากสมัยก่อนที่ถือกันว่าเป็นงานชั้นดี 4 ปีจบก็มาศึกษาหาความรู้หลักสูตร ซึ่งผลงานของเด็กรับใช้ก็งานชั้นดีนั่นๆ ทว่าฝึกที่ Wongsai ก็ไม่แพ้กันทีเดียว มาจากไหนก็มา

การพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมให้บุคลากร

การพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมให้บุคลากร โดยการปรับทักษะ (UpSkill) และเสริมทักษะ (ReSkill) เพื่อให้องค์กรพร้อมรับกับการทำงานในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา



การปรับทักษะ (UpSkill) คือ เป็นการเสริมและพัฒนาทักษะของพนักงานจากงานเดิม เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำงาน และส่วนใหญ่เป็นการนำเทคโนโลยีหรือดิจิทัลมาปรับใช้ให้เข้ากับการทำงาน



การเสริมทักษะ (ReSkill) คือ การสร้างทักษะใหม่ที่แตกต่างไปจากงานเดิมที่ทำอยู่ นำไปใช้กับบริบทอื่นของตำแหน่งงาน และเพื่อให้สามารถทำงานในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ของการปรับทักษะและเสริมทักษะ



เพื่อเชื่อมโยงใจสำคัญขององค์กรให้เป็นดิจิทัลและมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน



เพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร และรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่มีความสามารถ



เพื่อลดกระบวนการคัดเลือกและลดระยะเวลาการปรับตัวของพนักงาน



เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ



ปัจจุบันองค์กรควรให้ความสำคัญกับทั้งทักษะด้านความเชี่ยวชาญ (Hard Skill) และทักษะทางอารมณ์ (Soft Skill)

Soft skills

- ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- การแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน
- การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา
- ความเป็นผู้นำและมีอิทธิพลทางสังคม

ขั้นตอนการปรับและเสริมทักษะแก่พนักงานขององค์กร

- 1 ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการขององค์กร เพื่อสร้างตำแหน่งและทักษะที่องค์กรต้องการ
- 2 ทำการประเมินทักษะพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทราบความต้องการของพนักงาน
- 3 ออกแบบระบบการฝึกอบรมสำหรับกลุ่มคนที่แตกต่างกัน โดยใช้เครื่องมือดิจิทัลเข้ามาช่วยให้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และเป็นที่ต้องการของพนักงาน
- 4 ประเมินผลการอบรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อระบุและวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการอบรม

ผู้นำด้านนวัตกรรม (Innovation Leader)

ผู้นำด้านนวัตกรรม เป็นผู้ที่ช่วยกระตุ้นและเพิ่มพูนศักยภาพให้บุคลากรภายในองค์กรมีทักษะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร รวมถึงเป็นผู้สร้างโอกาสและพัฒนาไอเดียธุรกิจอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

คุณสมบัติของการเป็นผู้นำนวัตกรรม

การบริหารจัดการความเสี่ยง มีแผนการดำเนินงานที่ทำให้เกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด รวมถึงมีแผนที่สามารถรองรับผลกระทบที่อาจเกิดจากความผิดพลาด

ความสนใจในการศึกษาสิ่งใหม่ๆ ผู้นำที่มีความรอบรู้ มักจะมีมุมมองที่น่าสนใจและสามารถกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสามารถในการรับมือกับปัญหา ผู้นำที่รับมือกับปัญหาได้เป็นอย่างดีและพร้อมยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างจะสามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสได้



ความสามารถในการประเมินสถานการณ์ การรู้เท่าทันสถานการณ์และสามารถประเมินความเป็นไปได้จะนำไปสู่การตัดสินใจเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรได้อย่างรวดเร็ว

การมีมุมมองทางธุรกิจ ความรอบรู้และเข้าใจในธุรกิจเป็นอย่างดีของผู้นำเป็นพื้นฐานสำคัญที่นำไปสู่การมีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

ความกล้าที่จะล้มเลิกและพร้อมในการเริ่มต้นใหม่ ผู้นำที่ดีจำเป็นต้องมีความกล้าที่จะล้มเลิกในโครงการนวัตกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะเริ่มต้นใหม่

วิธีการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ

องค์กรสามารถจัดสรรทรัพยากรภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการวางแผน และแบ่งการทำงานในแต่ละโปรเจกอย่างละเอียด เพื่อจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น และบริหาร – โยกย้ายทรัพยากรอย่างเหมาะสม



มอบหมายความรับผิดชอบของผู้จัดการโปรเจก (Project Managers) และผู้จัดการ ทรัพยากร (Resource Managers) เพื่อให้ทำงานและสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ

วางแผนการทำงาน โดยพิจารณารายละเอียดงาน ระยะเวลาการดำเนินงานทั้งงาน หลักและงานรอง ผสานโปรเจกกับงานอื่นๆ เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด (Plan work)



จัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อกิจกรรมนั้นๆ ทั้งทรัพยากรด้านบุคคล เครื่องมือ วัตถุดิบ สถานที่ งบประมาณ และอื่นๆ

ตรวจสอบดูแลและบริหารจัดการทรัพยากร ให้เพียงพอต่อ การใช้งานและมีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งานอยู่เสมอ



โยกย้ายทรัพยากรให้เหมาะสมกับการทำงานในแต่ละช่วงเวลา โดยไม่มีการ จำกัลดตายตัวว่าแต่ละโปรเจกจะใช้ทรัพยากรตามที่วางแผนไว้เท่านั้น

ใช้ระบบติดตามรายงานผลในการดำเนินงานโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ วิเคราะห์และปรับปรุงแผนในอนาคต (Report time)



Note

.....

.....

.....

.....

.....

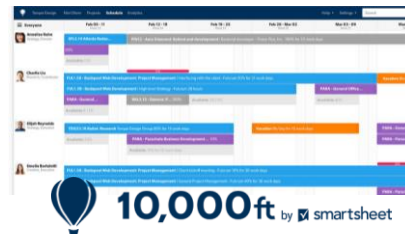
.....

เครื่องมือที่ช่วยในการบริหารจัดการทรัพยากร



เครื่องมือบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและทีมงาน

บริหารจัดการพนักงานในทีมและกิจกรรมทั้งหมดตลอดระยะเวลาของโครงการ พร้อมระบุผู้รับผิดชอบงานในรูปแบบของปฏิทินการทำงาน หรือ Gantt Chart เพื่อช่วยในการวางแผนและติดตามการทำงาน

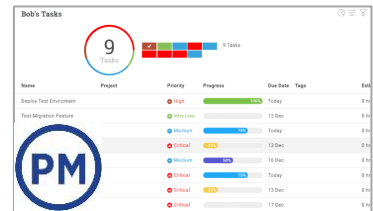
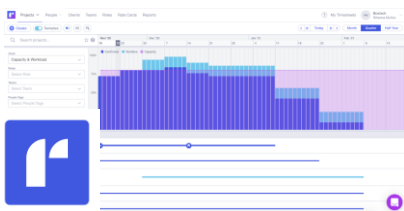


Note



เครื่องมือวิเคราะห์และคาดการณ์ปริมาณทรัพยากรที่จำเป็น

วิเคราะห์ข้อมูลการทำงาน ระยะเวลา และการใช้ทรัพยากรในแต่ละขั้นตอน โดยแสดงผลเป็น Dashboard ที่ครอบคลุม เพื่อคาดการณ์และวางแผนทีมงานให้เหมาะสมกับเนื้อหาและช่วงเวลา

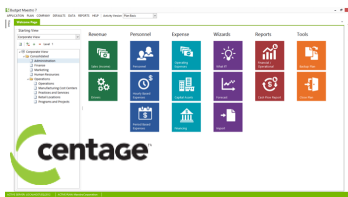


เครื่องมือที่ช่วยในการบริหารจัดการทรัพยากร



เครื่องมือบริหารจัดการงบประมาณขององค์กร

บริหารค่าใช้จ่ายและงบประมาณขององค์กรในด้านต่างๆ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ยอดขาย และกำไร ควบคุมไปกับการวางแผนและติดตามการทำงาน เพื่อให้สามารถคาดการณ์ และวางแผนทรัพยากรได้อย่างสอดคล้องกัน

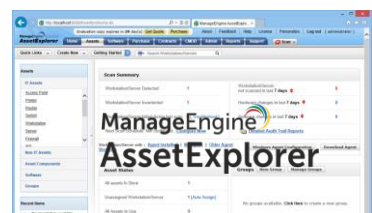


Note



เครื่องมือบริหารจัดการอุปกรณ์และทรัพยากรอื่นๆ

บริหารสินทรัพย์ อุปกรณ์ หรือทรัพยากรอื่นๆ ขององค์กร เช่น อุปกรณ์สำนักงาน ห้องประชุม รถบริษัท ซอฟต์แวร์ หรือเทคโนโลยีส่วนกลาง พร้อมดูแลตรวจสอบปริมาณและคุณภาพให้เพียงพอและพร้อมต่อการใช้งาน



การจัดสรรเวลาเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม

เทคนิคการจัดสรรเวลา (Time support: Prioritizing time and flexibility for R&D activities) เพื่อสร้างนวัตกรรม องค์กรควรใช้เวลาพนักงานละจากงานประจำเพื่อคิดนวัตกรรม โดยยังคงสนับสนุน ให้ความมั่นใจ และให้ความยืดหยุ่นในการดำเนินโปรเจกต์นวัตกรรมแก่พนักงาน

องค์กรไม่สามารถได้นวัตกรรมใดใดมาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย องค์กรจำเป็นต้องจัดสรรทั้งเวลา เงิน และบุคลากรเพื่อให้เกิดนวัตกรรมขึ้น โดยหนึ่งสิ่งที่กีดขวางการสร้างสรรค่นวัตกรรมที่สำคัญคือการไม่มีเวลา เทคนิคการจัดสรรเวลาที่องค์กรนวัตกรรมของโลกใช้ ได้แก่



ใช้เวลาบุคลากรได้ละจากงานประจำ เพื่อมาคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม



ใช้เวลาหนึ่งวันเป็นวันของการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม



ให้เวลากับโปรเจกต์ส่วนบุคคล สร้างความมั่นใจและความยืดหยุ่นให้กับพนักงานในการทำโปรเจกต์นวัตกรรม



เมื่อโปรเจกต์นวัตกรรมเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง องค์กรควรพัฒนาไอเดียนั้นให้เกิดขึ้นจริงโดยเร็ว



ตัวอย่างองค์กรที่มีการจัดสรรเวลาให้พนักงานคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม เช่น Google หรือ Genentech เป็นต้น โดย Google ให้เวลาพนักงานหนึ่งวันต่อสัปดาห์ในการคิดนวัตกรรม ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่โดดเด่นมาก ได้แก่ Google Earth, Froogle และ Gmail เป็นต้น

Froogle™
BETA

Gmail



Note



กรณีศึกษา (Case Study) – 3M

3M เป็นองค์กรข้ามชาติเชื้อสายอเมริกันปฏิบัติงานรวมหลายกลุ่มอุตสาหกรรมกรรมการผลิต ตั้งแต่สินค้าที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของบุคลากร สุขภาพ สินค้าอุปโภคบริโภค สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น

โครงการ 15% ของเวลางานเป็นเวลาของการสร้างความคิดสร้างสรรค์ ของบริษัท 3M



ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมต่าง ๆ ของ 3M เกิดจากโครงการ 15% ของเวลางานเป็นเวลาของความคิดนวัตกรรม โดยในช่วงแรกเริ่มใช้กับเฉพาะนักวิทยาศาสตร์ แต่ต่อมาได้ประยุกต์ใช้กับพนักงานทุกคน



อย่างไรก็ตามการจะเกิดนวัตกรรมได้ก็ต้องอาศัยหลาย ๆ ปัจจัย เช่น บรรยากาศการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ในองค์กร การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และองค์กรงบประมาณ เป็นต้น



ปัจจุบัน 3M มีสายผลิตภัณฑ์กว่า 50,000 สิกและมีการจดสิทธิบัตรกว่า 22,800 สิทธิบัตร ซึ่งล้วนเป็นผลมาจากโครงการ 15% ทั้งสิ้น

“

3M a key lesson: Innovate or die, an ethos the company has carried dutifully into the 21st century.

”

Note

การสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่

องค์กรควรมีงบประมาณในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพียงพอ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระที่จะนำเสนอและพัฒนาไอเดียนวัตกรรมได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ใช่แค่การลงทุนพัฒนาไอเดียนวัตกรรม แต่ควรลงทุนในด้านอื่นๆ เพื่อสร้างองค์กรที่เอื้อให้เกิดนวัตกรรม เช่น



งบด้าน R&D สำหรับการทดลองและพัฒนาไอเดียใหม่ๆ



งบเพื่อสร้างพื้นที่ทดลองหรืออุปกรณ์ในการพัฒนานวัตกรรม



งบเพื่อรวบรวมข้อมูลจากภายในและภายนอก และสร้างองค์ความรู้



งบการอบรมและพัฒนาทักษะด้านสร้างสรรค์ให้พนักงาน



การมีงบประมาณเพื่อวิจัยและพัฒนา (Research and Development – R&D) จำนวนมาก **ไม่ได้รับประกันคุณภาพหรือปริมาณของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร**

Note

การกระจายความเสี่ยงในการลงทุนด้านนวัตกรรม (Innovation Portfolio)

ไม่ใช่ทุกไอเดียนวัตกรรมที่จะประสบความสำเร็จ องค์กรควรมีแนวทางหรือกลยุทธ์ในการบริหารพอร์ตโฟลิโอนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อวางแผนการใช้งบประมาณอย่างเหมาะสม

- ไอเดียนี้จะสร้างประโยชน์หรือคุณค่าให้กับองค์กรได้อย่างไร? สามารถสร้างผลตอบแทนเป็นตัวเงินได้หรือไม่?
- ไอเดียนี้มีความเสี่ยงมากแค่ไหน? จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญใหม่ๆ หรือไม่?
- ไอเดียนี้ต้องใช้งบประมาณ เวลา และเทคโนโลยีเท่าไร? คำนวณหรือไม่?



กรณีศึกษา (Case Study) – SIRIVENTURES

แสนสิริ ผู้นำในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย
จัดตั้งสิริ เวนเจอร์ส บริษัทร่วมทุนในรูปแบบ Corporate Venture
Capital ภายใต้ความร่วมมือกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
เพื่อทำการวิจัยและลงทุนด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอสังหาฯ (Property Technology) และ
การอยู่อาศัยอย่างครบวงจรเต็มรูปแบบเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัล

SANSIRI

SIRIVENTURES

1 ลงทุนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอสังหาริมทรัพย์

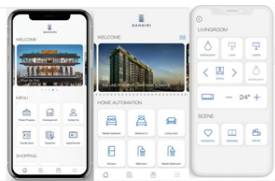


หุ่นยนต์ “น้องแสนดี” ให้บริการนำพัสดุ
และจดหมายมาส่งที่หน้าห้องของลูกบ้านได้
ตลอดเวลา ควบคุมโดยนิติบุคคล และ
สื่อสารกับตัวอาคารผ่าน Wifi



แพลตฟอร์มให้บริการรถเช่า Smart
Move ให้บริการ Sharing
Economy “อยู่กับแสนสิริ ไม่ต้องมี
รถก็ได้” ด้วยจักรยาน มอเตอร์ไซด์
ไฟฟ้า และรถยนต์ไฟฟ้า

2 ลงทุนด้าน Smart Home Service และแอปพลิเคชันสำหรับลูกบ้าน



แอป Sansiri Home Service อำนวย
ความสะดวกในการใช้บริการส่วนกลาง
เช็คยอดค่าน้ำไฟ รองรับการควบคุม
เครื่องใช้ในบ้านด้วยเสียงและระบบ AI



พัฒนา “siri LIFE TECH” โดยเป็นเทคโนโลยี
ที่เกี่ยวข้องการพักอาศัยในบ้าน ทำให้บ้านใน
โครงการเป็น “Smart Home” อย่างครบวงจร
เช่น Sansiri AI Box และนาฬิกาอัจฉริยะ
Samitivej@Home เป็นต้น

3 ลงทุนผลักดัน Start-up ด้าน PropTech ที่มีศักยภาพในการลงทุน พร้อมเป็น Accelerator ส่งเสริมการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรม

การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม

การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีภายในองค์กร นอกจากจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรแล้ว ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมการสร้างสรรค์นำไปสู่การขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมให้เติบโต

ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมหลากหลายรูปแบบที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันภายในตลาดอย่างดุเดือด ดังนั้นการลงทุนทางเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรนวัตกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ของการลงทุน ดังนี้



เพื่อให้สามารถรองรับกับการพัฒนา
นวัตกรรมขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง



เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านการ
ดำเนินงานที่ไม่จำเป็นขององค์กร



เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ทางธุรกิจให้กับองค์กรในระยะยาว



เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ
ปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร



แม้ว่าเทคโนโลยีในปัจจุบันจะช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมได้อย่างสร้างสรรค์ แต่ก็มีโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอาจ**ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ** ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับ 3 สิ่งนี้

1



การวางแผนการลงทุน
ทางเทคโนโลยี

2



การติดตามประเมินผลและ
ทบทวนแผนการลงทุน

3



การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ

Note



กรณีศึกษา (Case Study) – GPSC

GPSC เป็นบริษัทผลิตไฟฟ้าชั้นนำ ที่เกิดการควบรวมกิจการระหว่าง PTTUT และ IPT มุ่ง
แสวงหานวัตกรรมด้านไฟฟ้าและสาธารณูปโภค เพื่อการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
ด้วยแนวทางพลังงานอัจฉริยะ

แผนด้านนวัตกรรม

แผนการลงทุนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้จากธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่เป็น New S-Curve โดยมีการลงทุนในเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. Battery Business ลงทุนสร้างโรงงานผลิตแบตเตอรี่ต้นแบบ Semi Solid ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน



2. Energy Storage & System Integration

ลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจการเป็นผู้ให้บริการระบบกักเก็บพลังงานอัจฉริยะ โดยดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานภายนอก

3. Smart Energy Management ศึกษาและเลือกเทคโนโลยีในการบริหารจัดการพลังงานที่เหมาะสมกับตลาด New Energy เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ

[illegible]

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management)

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) เป็นกระบวนการ เครื่องมือ และเทคนิค ในการเตรียมการและสนับสนุนบุคลากรให้ยอมรับและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก

1. ทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลง(Understand Change)
2. วางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลง และวางแผนสำหรับการเปลี่ยนแปลง (Plan Change)
3. สร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นจริง (Implement Change)
4. สื่อสารเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงให้ทุกฝ่ายทราบ (Communicate Change)

3 ระดับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual Change Management)

เข้าใจประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคล และสิ่งที่บุคคลจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงสิ่งที่จะช่วยบุคคลเปลี่ยนผ่านไปสู่สิ่งใหม่ได้อย่างประสบความสำเร็จ



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงระดับริเริ่ม (Initiative Change Management)

ระบุกลุ่ม หรือบุคคล ที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง และต้องเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด และวางแผนเพื่อยืนยันว่ากลุ่มบุคคลนั้นๆ จะเกิดการตระหนักรู้ ความเป็นผู้นำ ได้รับการฝึกฝน เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จ



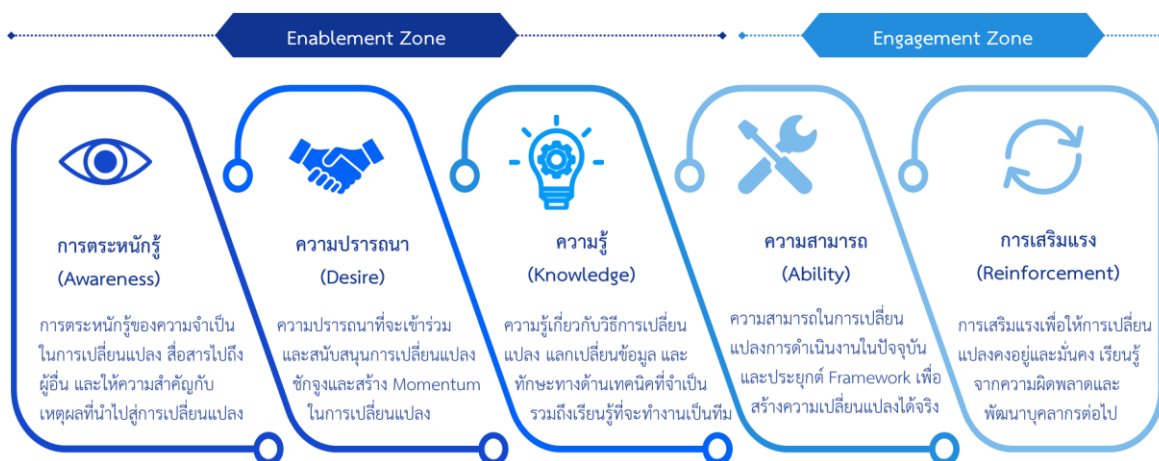
การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Enterprise Change Management)

ส่งเสริมความสามารถหลักขององค์กร ที่แสดงถึงความแตกต่างทางการแข่งขัน และความสามารถในการปรับตัวต่อโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

Note

โมเดล ADKAR

โมเดล ADKAR จะช่วยสนับสนุนบุคคลในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถพัฒนาผลลัพธ์ขององค์กร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การตระหนักรู้ ความรู้ ความปรารถนา ความสามารถ และการเสริมแรง



การจัดการความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรมีความท้าทายในหลายด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน โดยเฉพาะความท้าทายในด้านการบริหารจัดการกระบวนการดำเนินงานของบุคลากร รวมถึงระยะเวลาและการปรับปรุงเอกสาร

Note

บทบาทของผู้นำในการสร้างความเปลี่ยนแปลง



เป็นผู้สนับสนุนหลักและแบบอย่าง (Sponsor & Role Model)

สนับสนุนทั้งด้านเงินทุนและอื่นๆ รวมถึงเริ่มเป็นแบบอย่างในการเปลี่ยนแปลงก่อน ผ่านทั้งทัศนคติ คำพูด และการกระทำ



วางแผนและตัดสินใจ (Manage & Decide)

ผู้นำคือคนบริหารจัดการทรัพยากรบุคลากรและงบประมาณ จึงมีหน้าที่ตัดสินใจอนุมัติโครงการ



กำกับดูแลความเปลี่ยนแปลง (Hold Accountable)

สามารถจัดการให้ผู้รับผิดชอบในด้านต่างๆ สร้างข้อตกลงร่วมกัน และกำกับดูแลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงจริงๆ



สื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วม (Communicate & Engage)

สื่อสารเป้าหมายและรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงอย่างโปร่งใส รวมถึงให้กำลังใจคนที่ให้ความร่วมมือ เพื่อสร้างแรงจูงใจและผลักดันให้พนักงานมีส่วนร่วม

บทบาทของพนักงานในการสร้างความเปลี่ยนแปลง



เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Stakeholders)

พนักงานเป็นผู้ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง และจะเป็นผู้ที่ร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นจริงอย่างยั่งยืน



ออกความคิดเห็นและร่วมวางแผน (Key Opinions)

พนักงานที่อยู่หน้างานจริง ทราบถึงปัญหาจริง จะช่วยออกไอเดียเพื่อวางแผนรับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้



สื่อสารเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลง (Communicate)

บอกต่อและชักจูงให้เพื่อนร่วมงาน และสื่อสารไปยังลูกค้าเกี่ยวกับมาตรการรับมือกับความเปลี่ยนแปลง



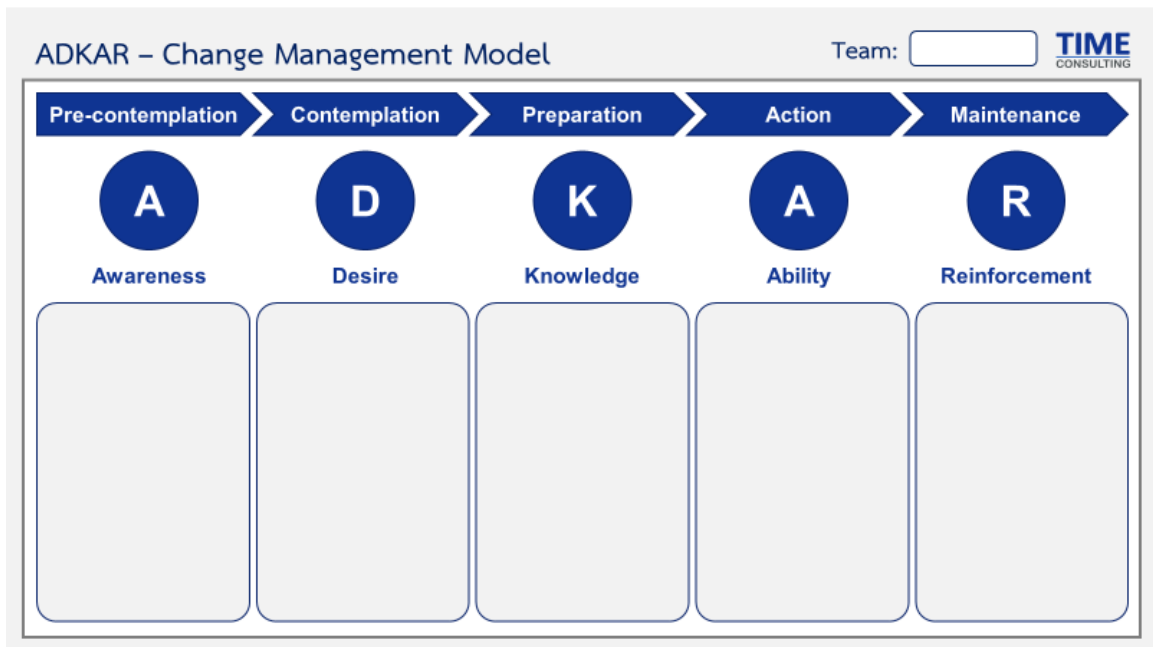
ตัวแทนผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent)

กุญแจสำคัญของการเปลี่ยนแปลง มักจะเป็นคนกลุ่มแรก ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างแรงกระเพื่อ



กิจกรรม Workshop – ADKAR Model

กิจกรรมจะมุ่งไปที่ออกแบบและวางแผนกระบวนการเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย “ADKAR” Change Management Model



Instruction:

- Step 1: ระบุสถานะปัจจุบันขององค์กร “อะไรคือความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง สื่อสารไปถึงผู้อื่น”
- Step 2: สร้างความต้องการให้คนร่วมเปลี่ยนแปลง “อะไรจะช่วยสนับสนุน ชักจูงและสร้าง Momentum ในการเปลี่ยนแปลงนี้”
- Step 3: องค์กรความรู้ที่จำเป็นในการเปลี่ยนแปลง ผ่านการ “แลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงเรียนรู้ที่จะทำงานเป็นทีม”
- Step 4: เสริมทักษะในการเปลี่ยนแปลง “เรียนรู้ที่จะประยุกต์ Framework เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงได้จริง”
- Step 5: เสริมแรงเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงมั่นคง “เรียนรู้จากความผิดพลาดและ พัฒนาบุคลากรต่อไป”

ADKAR – Change Management Model

Team



Awarene



Desire



Knowledg



Ability



Reinforcem

