วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

IQM4304 นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณภาพ

Innovation and Creative Thinking for Quality Management

อ.ดร.ณธกร คุ้มเพชร

คำอธิบายรายวิชา

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม การคิดเชิงออกแบบและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์กระบวนการในการพัฒนากลยุทธ์ด้านนวัตกรรม การสร้างแบบจาลองทางธุรกิจและการสร้างสรรค์ธุรกิจในรูปแบบใหม่ นวัตกรรมเชิงคุณค่าและกลยุทธ์ทะเลสีคราม ประเภทและองค์ประกอบของนวัตกรรม การสร้างรูปแบบธุรกิจตามความต้องการของผู้บริโภคในเชิงลึก นวัตกรรมแบบก้าวกระโดด วงจรของนวัตกรรม การแพร่กระจายนวัตกรรม การจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ โดยศึกษากรณีศึกษาประเทศไทย และต่างประเทศ

Elementary to innovation management, design thinking and creative problem solving, the process of developing an innovation strategy, business model generation and innovative business models, value innovation and the blue ocean strategy (BOS), types and components of innovation, building business models based on customer insights, disruptive Innovation, innovation lifecycles, diffusion of innovation, innovation and creativity management and by studying case studies of Thailand and abroad

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

- Porter (1985)
- Hult, Hurley & Kmight (2004)
- Dees (2007)
- ศูนย์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาระบบราชการ (2561)
- ธนพล ก่อฐาน: (2563)
- Sitthisomjin, J., Somprach, K., and Phuseeorn, S., (2018)

ความหมายของนวัตกรรม

- Trott., (2017)
- พลอยใส กล่อมจิต. (2557)
- Dees (2007)
- Tidd, J. & Bessant, J. (2014)
- ธนพล ก่อฐานะ (2564)
- วรากร ศิริสิทธิ์ (2562)
- ศศิมา สุขสว่าง (2563)
- อาศีรา ราชเวียง และคณะ (2564)
- สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2565)

ความเป็นมาของนวัตกรรม

1. การประดิษฐ์คิดค้นทางเทคนิค (Technical Invention)
2. ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ (Creativity Idea)
3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Advances)

ความสำคัญของนวัตกรรม

1. สภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และธุรกิจ
2. Innovation
   - 2.1 Customer Oriented Innovation
   - 2.2 Product Innovation
   - 2.3 Process Innovation
   - 2.4 Strategic Innovation

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

1. ทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจ
2. ทฤษฎีการทำลายที่สร้างสรรค์
3. ทฤษฎีการแพร่กระจาย
4. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

“นวัตกรรม” คืออะไร?

การนำ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มาแปลงให้
เป็นสิ่งใหม่ที่ “สร้างมูลค่า” (Value) ไม่ว่าจะเป็นใน
เชิงเศรษฐกิจหรือสังคม

นวัตกรรม = ความคิด
สร้างสรรค์
+ การนำไปใช้จริง

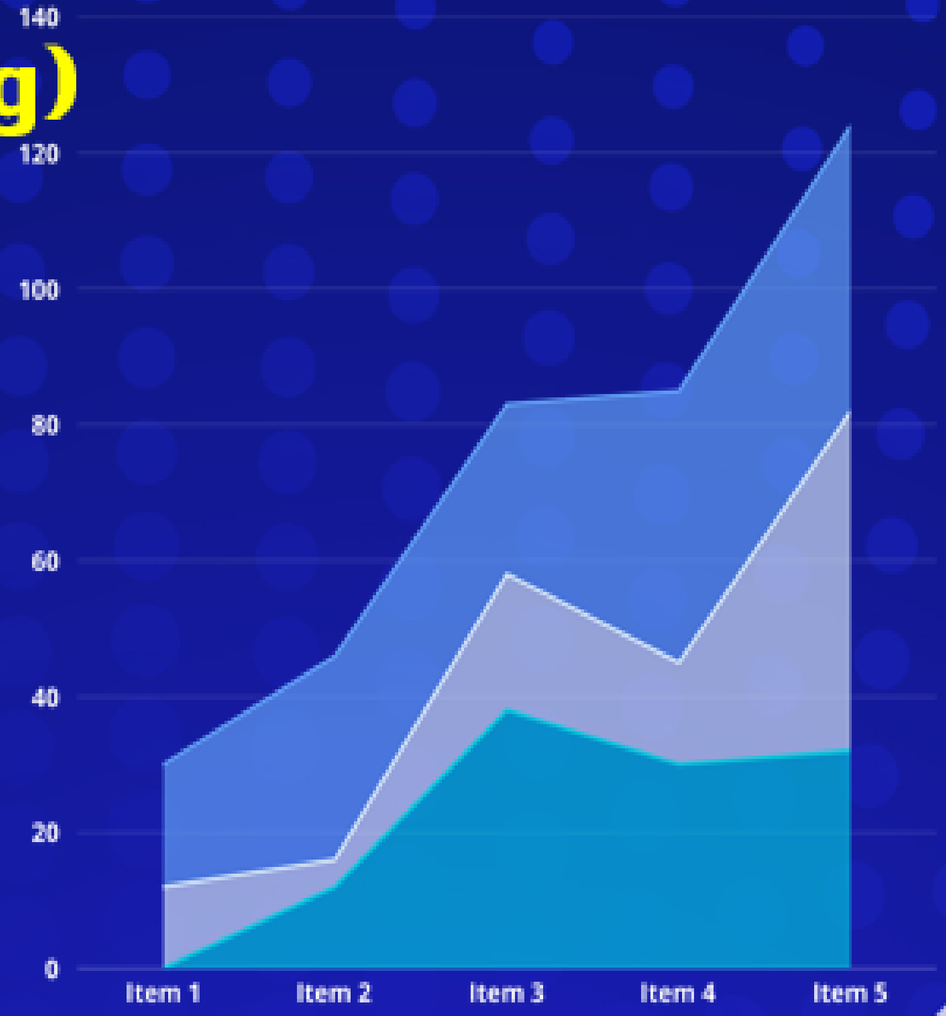
“นวัตกรรม”

นวัตกรรมคือพลังขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรและสังคมสามารถปรับตัว พัฒนา และแข่งขันได้ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสร้างและการจัดการนวัตกรรมอย่างมียุทธศาสตร์จึงเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของมนุษย์ในระยะยาว

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

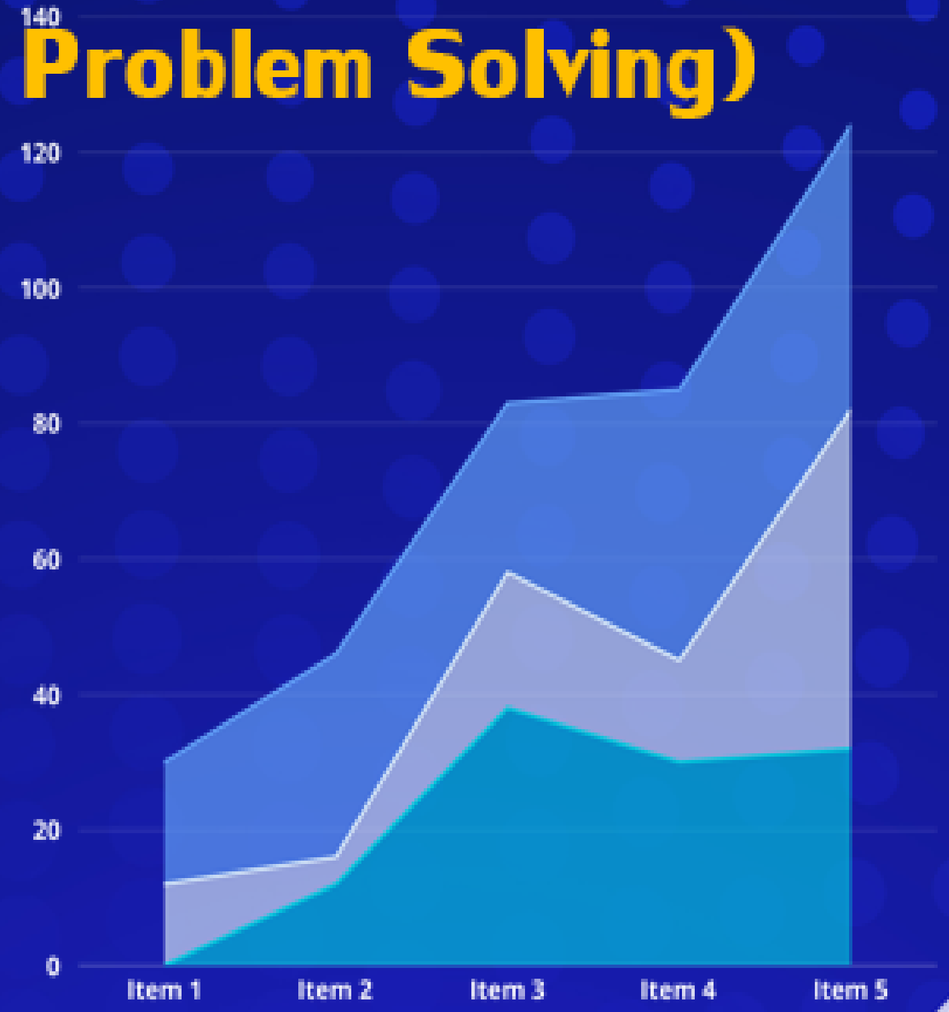
1. เข้าใจปัญหา (Understanding/Empathize)
2. สร้างไอเดีย (Ideate/Creating)
3. สร้างต้นแบบและทดสอบ (Prototype & Test/Delivering)

จุดเด่น: เน้นการเรียนรู้จากการลงมือทำจริง (Learning by Doing) และการปรับแก้ต่อเนื่อง



การแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving)

1. ระบุปัญหา (Problem Identification)
2. ระดมสมอง (Idea Generation)
3. คัดเลือกและพัฒนาแนวทาง
   (Idea Evaluation & Development)
4. นำไปใช้และประเมินผล
   (Implementation & Assessment)



กระบวนการพัฒนากลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Scanning)
2. การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมาย (Vision & Strategic Goals)
3. การสร้างแนวคิด (Idea Generation)

กระบวนการพัฒนากลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

4 การคัดเลือกและพัฒนา (Selection & Development)

5 การนำไปใช้จริง (Implementation)

6 การติดตามและปรับปรุง (Monitoring & Continuous Improvement)

ข้อควรระวังและความท้าทาย

1. การต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
2. ความเสี่ยงด้านต้นทุนและเวลา
3. การขาดการมีส่วนร่วม

การสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)

1. คุณค่า (Value Proposition)
2. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)
3. ช่องทาง (Channels)

การสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)

4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

5 แหล่งรายได้ (Revenue Streams)

6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

การสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)

7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

8 พันธมิตรหลัก (Key Partners)

9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

แนวทางการสร้างสรรค์

1. การคิดนอกกรอบ (Out-of-the-box Thinking)
2. การใช้เทคโนโลยี (Technology Integration)
3. การสร้างคุณค่าทางสังคม (Social Innovation)
4. การทดลองและปรับปรุง (Experimentation & Iteration)

แนวคิดหลักในการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่

1. การมองหาโอกาส (Opportunity Recognition)
2. การออกแบบคุณค่า (Value Design)
3. การใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)
4. การทดลองและนวัตกรรม (Experimentation & Innovation)
5. การขยายผลและการจัดการ (Scaling & Management)

ข้อคิดสำหรับบริบทไทย

ธุรกิจชุมชน

สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่
โดยเชื่อมโยงสินค้าท้องถิ่นกับ
แพลตฟอร์มออนไลน์

สตาร์ทอัพ

ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อ
สร้างโมเดลธุรกิจที่ตอบโจทย์คน
รุ่นใหม่ เช่น แอปพลิเคชันด้าน
สุขภาพหรือการเงิน

มหาวิทยาลัยและการศึกษา

สร้างโครงการบ่มเพาะ
ผู้ประกอบการที่เน้นการทดลอง
และการสร้างคุณค่าใหม่

จบการนำเสนอ

ขอบคุณ