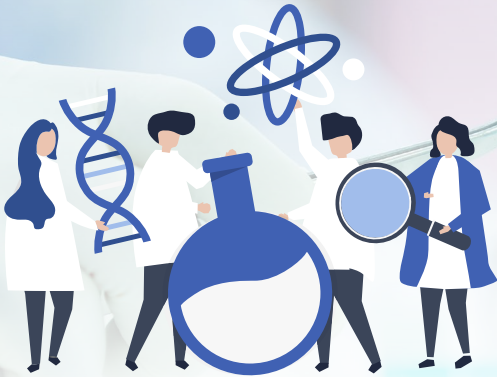




เรื่อง : งานจัดการความรู้

# สร้างนวัตกรรมด้วยการจัดการความรู้

ตอนที่ 1



หากกล่าวถึง “นวัตกรรม” (Innovation) จะมีความหมายว่า ความคิดและการปฏิบัติใหม่ ซึ่งอาจปรับปรุงมาจากของเดิม เพื่อให้เหมาะสม หรืออาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดียิ่งกว่าเดิมแล้วทดลองใช้ ปรับปรุง และนำไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และคุ้มค่าประโยชน์ (UNESCO, 2005) สามารถแบ่งประเภทนวัตกรรมออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

2)

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

3)

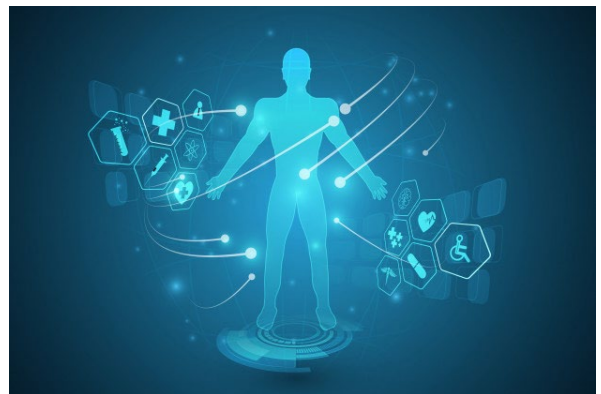
นวัตกรรมกระบวนการดำเนินงาน (Process Innovation)

ศิริราชพยาบาล ได้บูรณาการการจัดการความรู้ในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการปรับปรุงและพัฒนา (Improvement) อย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ใช้กลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้ (Siriraj KM Strategy : Link-Share-Learn) ในการสื่อสารให้บุคลากรเข้าใจกระบวนการและเครื่องมือการจัดการความรู้ไปปฏิบัติในงานประจำ โดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการพัฒนาคุณภาพงานประจำและการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ และสถานการณ์ภายใน/ภายนอกคณะฯ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมุ่งมั่นให้เกิดวัฒนธรรมความปลอดภัย วัฒนธรรมคุณภาพ การสร้างนวัตกรรม และวัฒนธรรมการเรียนรู้

(อ้างอิงจาก : วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 128 ตุลาคม-ธันวาคม 2553)

ซึ่งนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญขององค์กรในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อตอบสนองต่อผู้รับบริการ และหากพิจารณาในแง่ของธุรกิจ นวัตกรรมสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โอกาสทางการตลาด เป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และสร้างความโดดเด่นและเป็นเลิศให้องค์กร (ดัดแปลงจาก Drucker, 1994 ; Kanungo, 1999 และ Zhao, 2001) โดยกระบวนการ สร้างนวัตกรรม เกิดขึ้นได้หลายวิธี เช่น การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ซึ่งคณะแพทยศาสตร์



ในตอนต่อไปเราจะเรียนรู้เรื่อง Siriraj KM Strategy : Link-Share-Learn เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างนวัตกรรม เพื่อนำไปพัฒนาคน กระบวนการ และยกระดับองค์กรอย่างยั่งยืนกันนะ