



Originality สร้างสรรค์สิ่งใหม่จากเรื่องใกล้ตัว

ในหลายองค์กร คำว่า “การสร้างสรรค์สิ่งใหม่” มักถูกเข้าใจว่าเป็นเรื่องของนวัตกรรมขนาดใหญ่ เทคโนโลยีล้ำสมัย หรือแนวคิดที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ทำให้หลายคนรู้สึกว่าเป็นเรื่องไกลตัว และไม่เกี่ยวข้องกับงานประจำของตนเอง แต่ในความเป็นจริงแล้ว Originality ไม่ได้หมายถึงการเริ่มจากศูนย์ หากหมายถึงการมองงานเดิมด้วยมุมมองใหม่ การปรับวิธีคิด วิธีทำ หรือวิธีแก้ปัญหา ให้เหมาะสมกับบริบทของตนเองและหน่วยงานมากขึ้น

การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Originality) หมายถึง ความเป็นต้นฉบับ หรือ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งไม่ใช่แค่การคิดสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในโลกเท่านั้น แต่รวมถึงการปรับปรุง พัฒนา หรือ ประยุกต์ใช้สิ่งที่มีอยู่แล้วในรูปแบบใหม่ให้เหมาะสมกับบริบทของงานหรือองค์กร สามารถเกิดจากงานประจำที่ทำทุกวันได้ ตัวอย่าง Originality ที่เกิดจากการพัฒนางานประจำเช่น พยาบาลที่ออกแบบวิธีบันทึกข้อมูลให้รวดเร็วและชัดเจนขึ้น แพทย์ที่พัฒนาแนวทางการดูแลผู้ป่วยให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะ นักวิชาการที่ปรับรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้มากขึ้น เจ้าหน้าที่ธุรการที่จัดระบบเอกสารใหม่ให้ค้นหาได้สะดวกและลดความผิดพลาด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดคุณค่าเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน Originality จึงไม่ใช่แค่ความแปลกใหม่แต่รวมถึง คุณค่าและผลลัพธ์ที่เกิดจากความคตินั้น

ในบริบทของการจัดการความรู้ Originality คือ ผลลัพธ์ของการนำความรู้ที่มีอยู่มาประยุกต์ วิเคราะห์ และพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ หรือวิธีปฏิบัติที่ดีกว่าเดิม เช่น การนำ Best Practice จากหน่วยงานหนึ่งมาปรับใช้กับอีกหน่วยงานหนึ่ง แล้วเกิดรูปแบบการทำงานที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง การแลกเปลี่ยนวิธีทำงานที่ได้ผลลัพธ์ที่ดี หรือการถอดบทเรียนจากความสำเร็จและความผิดพลาด กระบวนการนี้นับเป็น Originality แม้แนวคิดตั้งต้นอาจมาจากที่อื่น แต่ผลลัพธ์ที่ได้มีความเป็นเอกลักษณ์และสร้างคุณค่าใหม่ให้กับหน่วยงาน และสามารถขยายผลเป็น Best Practice ใหม่หรือองค์ความรู้ขององค์กรได้ในระยะยาว โดยแนวทางในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่มีดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนมุมมองของตนเองต่องานที่ทำอยู่ทุกวันว่าไม่ใช่เพียงการทำตามหน้าที่ แต่เป็นการพัฒนางาน และจะทำให้ดีขึ้นกว่าเดิมทุกครั้ง
2. เริ่มจากงานของตนเอง ไม่จำเป็นต้องเป็นงานระดับองค์กร อาจเป็นการตั้งคำถามกับงานประจำ เช่น วัตถุประสงค์ของงานคืออะไร มีขั้นตอนใดซ้ำซ้อนหรือไม่ มีวิธีการที่จะทำให้ผลลัพธ์ออกมาดีขึ้นหรือไม่ การค้นหาปัญหาและรากปัญหาของการทำงาน เช่น งานซ้ำ งานซับซ้อน เกิดข้อผิดพลาดบ่อย ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจขั้นตอน เป็นต้น แนวทางเหล่านี้จะทำให้ไม่ยึดติดกับวิธีเดิม
3. เริ่มปรับปรุงงานเล็ก ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการคิดสิ่งใหม่ทั้งหมด อาจจะลดขั้นตอน เปลี่ยนวิธีสื่อสาร ใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีช่วย ก็นับว่าเป็น Originality ได้ หากทำให้งานดีขึ้นอย่างชัดเจน
4. เรียนรู้จากงานตนเอง และงานของผู้อื่น ทั้งสิ่งที่ดีและไม่ดี เป็นการศึกษาต่อยอด เช่น ศึกษาจาก Best Practice ดูตัวอย่างจากหน่วยงานอื่นหรือต่างองค์กร แล้วนำมาปรับให้เหมาะกับบริบทของตนเอง



5. เชื่อมโยงความรู้หลากหลายด้านเข้าด้วยกัน เพราะความคิดใหม่มักเกิดจากการผสมผสานมากกว่าเริ่มจากศูนย์
6. ทดลองทำ และยอมรับความผิดพลาดหรือไม่สมบูรณ์ที่อาจเกิดขึ้น และพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ
7. ตั้งตัวชี้วัดของงานที่วัดผลได้จริง และสามารถขยายผล ต่อยอดได้ เมื่อเกิดผลลัพธ์ที่ดีและทำให้ผลลัพธ์การทำงานดีขึ้นชัดเจน
8. ใช้การจัดการความรู้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพราะ KM จะทำให้เห็นตัวอย่างที่ดี เห็นบทเรียนจากความผิดพลาด เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมอง ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิด Originality

องค์กรขนาดใหญ่ เช่น โรงพยาบาลหรือสถาบันการศึกษา Originality มีความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นกลไกที่ช่วยให้องค์กรไม่หยุดนิ่ง สามารถพัฒนาคุณภาพงานได้อย่างต่อเนื่อง และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยี และความคาดหวังของผู้รับบริการได้ดีขึ้น ความเป็นต้นฉบับไม่ได้เกิดจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่สามารถเกิดจากการทำงานเป็นทีม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการต่อยอดองค์ความรู้ร่วมกัน

สรุปได้ว่า Originality ไม่ได้หมายถึงการสร้างสิ่งที่ยิ่งใหญ่หรือซับซ้อนเสมอไป แต่หมายถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเข้าใจในงานของตนเอง เพื่อพัฒนาวิธีทำงานให้ดีขึ้น มีคุณค่ามากขึ้น และเหมาะสมกับบริบทมากขึ้น หากองค์กรสามารถส่งเสริมให้บุคลากรเห็นคุณค่าของ Originality ในระดับงานประจำได้ จะทำให้องค์กรเกิดวัฒนธรรมแห่งการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แหล่งอ้างอิง

<https://www.disruptignite.com/blog/creative-thinking>

<https://www.gotoknow.org/posts/64047>

https://pirun.ku.ac.th/~agrpct/lesson1/creative_thinking

<https://dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=27673#:~:text>



งานจัดการความรู้ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
ตึกอำนวยการ ชั้น 1 เลขที่ 2 ถนนวิภาวดี แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700
โทร. 0 2419 9009 หรือ 0 2419 9750
Email: sirirajkm@mahidol.ac.th