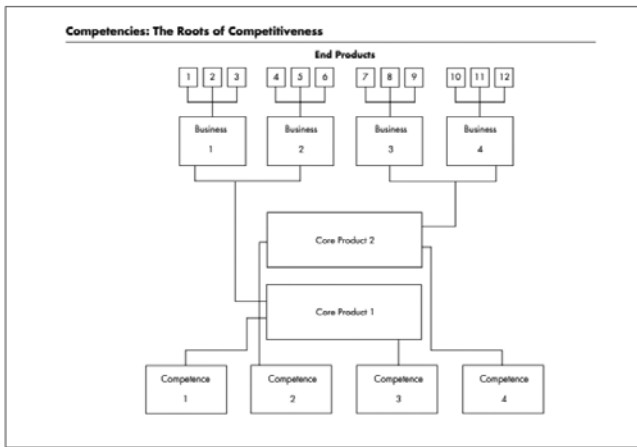


ธุรกิจนวัตกรรม

ดร.ประจักษ์ เติตโณ

ในการทำนวัตกรรมแบบเปิด (Open innovation) นั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นอันดับแรกคือความสามารถขององค์กรในการผลิตการจัดการทางด้านเทคโนโลยีเท่านั้น องค์กรจะต้องคำนึงถึงกลุ่มความสามารถ (a portfolio of competencies) อื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ความสามารถของบุคลากรในด้านต่าง เช่น ด้านการตลาด การจัดการ ด้านสมรรถนะการเรียนรู้ (Absorptive Capacity) เป็นต้น ซึ่งจากรูปไดอะแกรมด้านล่างจะเป็นเครื่องมือสำหรับแนวทางการวิเคราะห์ portfolio of competencies สำหรับองค์กรที่จะสามารถมองเห็นรากแก้วของความสามารถขององค์กรเราที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมด้านสินค้าและบริการในท้ายที่สุด



รูปประกอบจาก The Core Competence of the Corporation by C.K.Prahalad and Gary Hamel, Harvard Business Review, 1990

จากภาพองค์กรลองกำหนดความสามารถของตนเอง (competencies) ออกมาเป็นกลุ่มๆ เช่น กลุ่มแรก เป็น Technology Competency



กลุ่มที่สอง Human capital Competency กลุ่มที่สาม Marketing Competency กลุ่มที่สี่ R&D Competency เป็นต้น ทั้งนี้ เราสามารถกำหนดกรอบของเราเองเพิ่มได้เพื่อทำการวิเคราะห์ portfolio of competencies ของเรา เช่น เพิ่มกลุ่มที่ห้า สมรรถนะการเรียนรู้ (Absorptive Capacity) ซึ่งเป็นสมรรถนะที่สำคัญของการพัฒนาองค์กรแบบ Open innovation กลุ่มที่หก ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) เป็นต้น

ยกตัวอย่างเช่น Human capital Competency ประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความรู้ 2. ทักษะ 3. เจตคติ พฤตินิสัย การสื่อสารและการทำงานเป็นทีม 4. การวิจัย เพื่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

Technology Competency ดังตัวอย่าง ตามรูปด้านล่าง ซึ่งได้แจกแจงสิ่งที่คนนอนสามารถทำได้ดี สำหรับการผลิต ดังนั้น สำหรับงานทางด้านอุตสาหกรรม การจะก้าวต่อไปข้างหน้าต้องทำตารางแจกแจงความสามารถ ความชำนาญ ในการผลิตของเราเองให้ได้

Core Competencies at Canon

	Precision Mechanics	Fine Optics	Micro-electronics
Basic camera	■	□	
Compact fashion camera	■	□	
Electronic camera	■	□	
EOS autofocus camera	■	□	■
Video still camera	■	□	■
Laser beam printer	■	□	■
Color video printer	■		■
Bubble jet printer	■		■
Basic fax	■		■
Laser fax	■		■
Calculator			■
Plain paper copier	■	□	■
Battery PPC	■	□	■
Color copier	■	□	■
Laser copier	■	□	■
Color laser copier	■	□	■
NAVI	■	□	■
Still video system	■	□	■
Laser imager	■	□	■
Cell analyzer	■	□	■
Mask aligners	■		■
Stepper aligners	■		■
Excimer laser aligners	■	□	■

รูปประกอบจาก The Core Competence of the Corporation by C.K.Prahalad and Gary Hamel, Harvard Business Review, 1990

กล่องต่อมา คือ **งานทางด้าน Marketing** เน้นองานนวัตกรรม เมื่อทำขึ้นคงไม่ได้มองแต่ตลาดภายในประเทศเป็นแน่แท้ สิ่งที่ต้องพิจารณาความสามารถ ความชำนาญ ในโลกยุคการค้าสมัยใหม่ นอกเหนือจากพื้นฐานการตลาดโดยทั่วไปแล้ว จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการทำดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการรับรู้และการสร้างแบรนด์ ระดับนานาชาติ (INTERNATIONAL BRAND NAME)
2. ความสามารถในการการตลาดแข่งขันระดับนานาชาติ (INTERNATIONAL COMPETITION)
3. ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน และเครือข่ายสังคม (INFORMATION BORDERLESS and Social Network)
4. ความสามารถในการเข้าใจการวิวัฒนาการด้านวัฒนธรรมข้ามพรมแดน เช่น K-POP, J-POP เป็นต้น (CULTURE BORDERLESS)
5. ความสามารถในการทำการค้าในระบบการค้าเสรี (FREE TRADE AREA)

สำหรับกล่องที่ห้าและหก ที่ผมได้ยกมาเพื่อให้องค์กรพิจารณา ซึ่งผมเห็นว่ากล่องนี้ เป็นกล่องที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการจะทำให้องค์กรก้าวไปไปถึงองค์กรแห่งนวัตกรรมหรือไม่ คือ **สมรรถนะการเรียนรู้ (Absorptive Capacity) และความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)**

โดยเบื้องต้น **สมรรถนะการเรียนรู้ (Absorptive Capacity)** จะประกอบไปด้วยสมรรถนะย่อยๆ สามด้าน Absorptive Capacity คือ

1. ความสามารถในการรับรู้ความรู้ สิ่งใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ และทำความเข้าใจกับคุณค่าใหม่ๆ เหล่านั้น



2. ความสามารถในการรับรู้ความรู้ สิ่งใหม่ๆ นำมาสังเคราะห์เข้ากับความรู้ ประสบการณ์ที่ตนเองมีอยู่และ

3. ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ สิ่งใหม่ๆ นั้นมาใช้พัฒนา สินค้า บริการหรืออื่นๆ ได้อย่างพอเหมาะ ต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

สำหรับกล่องที่หก **ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)** ผมยกเอางานศึกษาของ ธนิต รัชตะชาติ และ ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช จากวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ซึ่งได้ให้องค์ประกอบไว้ในงานศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ดังนี้

1. ความสามารถที่องค์กรจะสร้างรวบรวมและเปลี่ยนแปลงความสามารถที่องค์กรมีอยู่ ทั้งภายนอกและภายในให้สามารถตอบสนองต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร
2. ความสามารถในการจัดกระบวนการขององค์กรในการบูรณาการปรับปรุงเพิ่มพูนทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่เพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง
3. ความสามารถในการแสวงหาและฉกฉวยโอกาสทางธุรกิจอย่างชำนาญและรวดเร็ว
4. องค์กรมีกิจกรรมที่มีรูปแบบแน่นอนและสามารถเรียนรู้ได้ในการที่จะทำให้องค์กรสามารถสร้างและปรับปรุง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
5. ความสามารถขององค์กรในการที่จะสร้างขยายปรับปรุงความสามารถของทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่เดิม

อ่าน ต่อฉบับหน้า

ศูนย์ทดสอบและประเมินบุคลิกภาพและประสิทธิภาพบุคลากร (ส.ส.ท.)



ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและเทคโนโลยี ส.ส.ท.
เราอาจจะมี Solution หรือบริการ ตามที่คุณวางแผนไว้อยู่แล้วก็ได้
โทรศัพท์ 0-2717-3000 ต่อ 524 www.tpa.or.th, www.ThaiJapanMarket.com