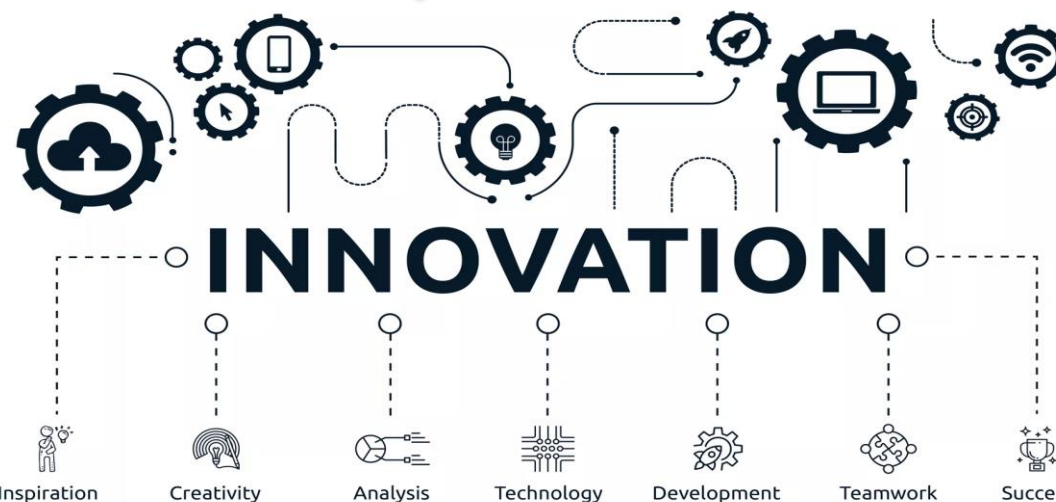


บทที่ 8 นวัตกรรมเชิงธุรกิจดิจิทัล



ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑามณี จันทร์มาลี

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

> Digital Leadership

บทนำ

นวัตกรรม (Innovation) เป็นคำใหม่ที่ได้มีการกล่าวถึงกันมาก นวัตกรรมสามารถสร้างได้จากความคิดสร้างสรรค์และแนวทางของการพัฒนาเทคโนโลยีที่ดีในองค์กร ซึ่งสามารถช่วยทำให้อิทธิพลสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้ ในอดีตมนุษย์สามารถสร้างเทคโนโลยีขึ้นมามากมาย เช่น การทอผ้า การสร้างถนน การสร้างระบบความร้อน เป็นต้น

ตัวอย่างเหล่านี้ทำให้คนในประเทศอังกฤษในช่วงเวลานั้นสามารถสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศของตนในช่วงระยะเวลาดังกล่าวได้ ในศตวรรษที่ 19 ได้มีการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีและทำให้สังคมมนุษย์ชาติมีความก้าวหน้าและหลายผลงานก็สามารถแปรสภาพกลายเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากตลาดจนถึงทุกวันนี้

ในช่วงศตวรรษที่ 20 ได้มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมในทวีปยุโรป ซึ่งทำให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องมากมาย ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

1. การใช้เครื่องจักรแทนฝีมือของมนุษย์
2. การใช้กำลังของสิ่งไม่มีชีวิตแทนกำลังของมนุษย์และสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องจักรไอน้ำ
3. การปรับปรุงการใช้วัตถุดิบ เช่น วัตถุเคมีและโลหะ เป็นต้น

ความหมายของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

Peter Drucker ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า หมายถึง Innovation is the act of introducing something new. เป็นการสร้างสิ่งใหม่หรือการทำให้แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงมาสร้างให้เป็นโอกาส ต้องมีความชัดเจน มุ่งเน้นถึงการพัฒนา และที่สำคัญต้องมีการลงมือกระทำ นวัตกรรมจึงจะเกิดขึ้น

Everett M. Rogers ได้อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามามากกว่า ซึ่งเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นภายในสังคม และนวัตกรรมที่ถ่ายทอดกันนั้น อาจเป็นความคิด (Idea) ซึ่งรับมาในรูปของสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) ถ่ายทอดได้ยาก หรือ อาจเป็นวัตถุ (Object) ที่รับมาในรูปการกระทำ (Action Adoption) ซึ่งจะเห็นได้ง่ายกว่า

โดยนวัตกรรมที่จะยอมรับกันได้ง่ายต้องมีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่

1. มีประโยชน์มากกว่าของเดิม (Relative Advantage)
2. สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมที่รับ (Compatibility)
3. ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก (Less Complexity)
4. สามารถแบ่งทดลองรับมาปฏิบัติเป็นครั้งคราวได้ (Divisibility)
5. สามารถมองเห็นเข้าใจง่าย (Visibility)

ขั้นตอนการตัดสินใจรับเอานวัตกรรมใหม่ 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การรับรู้นวัตกรรม (Awareness)
2. การเกิดความสนใจในนวัตกรรมนั้น ๆ (Interest)
3. การประเมินค่านวัตกรรม (Evaluation)
4. การทดลองใช้นวัตกรรม (Trial)
5. การรับหรือไม่รับเอานวัตกรรม (Adoption Or Rejection)

นวัตกรรม มีรากศัพท์มาจากคำว่า **Innovate** ในภาษาลาติน แปลว่า **ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา**

โจเซฟ ชัมป์เตอร์ (1939)

ให้คำจำกัดความ กับความนวัตกรรมว่า หมายถึง **องค์ประกอบใหม่ 5 ประการ** ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือคุณสมบัติใหม่ของผลิตภัณฑ์เดิม
2. กระบวนการผลิตใหม่ที่เสนอเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม
3. การเปิดตลาดใหม่
4. การเปลี่ยนแปลงตลาดใหม่
5. การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบหรือปัจจัยนำเข้าใหม่

ความสำคัญของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

ในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ที่เป็นยุคของธุรกิจดิจิทัลนั้นมีความจำเป็นและมีความสำคัญที่จะต้องใช้นวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของเทคโนโลยีที่มี การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนบนพื้นฐานของการหลอมรวมเทคโนโลยี Digital Supply Chain (ห่วงโซ่อุปทานดิจิทัล)

องค์ประกอบของนวัตกรรม

จากความหมายของคำว่านวัตกรรมดังที่ได้กล่าวถึงมาแล้วข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า นวัตกรรมประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. **ความใหม่ (Newness)** ความใหม่ของนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 2 มุมมองตามเหตุผลทางวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้

2. **การใช้ได้จริง** นวัตกรรมต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่งเป็นลักษณะที่ทำให้ นวัตกรรมซึ่งแตกต่างจากการประดิษฐ์ ในขณะที่นวัตกรรมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้และ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลการดำเนินงานขององค์กรได้

3. **ประโยชน์ที่เกิดขึ้น** การยอมรับนวัตกรรมขึ้นเป็นการที่บุคคลได้นำเอาความรู้ ความคิด วิธีการ หรือสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ปรับปรุงการประกอบอาชีพหรือการดำรงชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

คุณลักษณะของนวัตกรรม

คุณลักษณะของนวัตกรรมมีดังต่อไปนี้ (เส็นห์ จุ้ยโต, 2558, หน้า 3)

1. เป็นเรื่องของโอกาสและความน่าจะเป็น มีความเป็นไปได้และความเป็นไปไม่ได้
2. มีความสลับซับซ้อน เนื่องจากต้องใช้กระบวนการพัฒนาทางความคิดเป็นลำดับ
3. ใช้เวลามากในการกระตุ้น ส่งเสริม พัฒนาในการเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่
4. มีพื้นฐานจากความต้องการที่จะเห็นความคิดใหม่และสิ่งประดิษฐ์ใหม่เกิดขึ้น
5. มีการต่อต้านการสร้างนวัตกรรมเนื่องจากไม่คุ้นเคยกับการเปลี่ยนแปลง
6. อาจเป็นไปได้ทั้งผู้พ่ายแพ้และผู้ได้รับชัยชนะเพราะมีความเสี่ยงเกิดขึ้น

กระบวนการนวัตกรรม

กระบวนการนวัตกรรม มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนตระหนักถึงความจำเป็นของนวัตกรรม กระบวนการนวัตกรรมเริ่มจากการให้ทุกคนได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องมีนวัตกรรม โดยเฉพาะที่เกิดจากแรงกดดันจากภายนอกและแรงกดดันจากภายใน
2. ขั้นตอนการจุดประกายนวัตกรรม ทำอย่างไรนวัตกรรมจึงจะเป็นเรื่องน่าสนใจและนำไปปฏิบัติตาม
3. ขั้นตอนการสร้างนวัตกรรม มีการดำเนินการสร้างนวัตกรรมทันที โดยการให้ทุนสำหรับผู้คิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ จัดระบบงานให้มีการส่งเสริมการคิดอยู่เสมอ
4. ขั้นตอนการนำเอานวัตกรรมไปใช้ ต้องมีการพัฒนาสร้างเครือข่ายบุคคลกลุ่มและแกนนำให้มีโครงการทดลอง เพื่อให้มีการนำไปสู่การปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมที่จับต้องได้ (Tangible Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เน้นในส่วนของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

2. นวัตกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เน้นในส่วนของนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เพราะทำให้ระบบการทำงานต่าง ๆ ในองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการจัดการนวัตกรรม

1. เริ่มจากการที่มีพันธกิจ เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร ยึดไว้เป็นหลักในการที่จะวิเคราะห์สภาพการณ์และหาแนวทางในการดำเนินงานให้เข้าไปในทิศทางที่ถูกต้อง
2. วิเคราะห์คู่แข่งทางธุรกิจเพื่อที่จะสามารถตามได้ทันและสร้างความแตกต่างได้
3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ดูความต้องการของตลาด สภาพเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี วัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถเข้ามาทดแทนได้ในอนาคต
4. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ดูรูปแบบโครงสร้างขององค์กร การบริหารจัดการที่เป็นอยู่ สถานะทางการเงิน การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และแผนการดำเนินงาน
5. จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเป็นปัจจัยในการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีที่จะนำไปสู่นวัตกรรมที่ตรงตามพันธกิจและวิสัยทัศน์
6. นำแผนงานและกลยุทธ์ที่วางไว้มาดำเนินการปฏิบัติจริง
7. ประเมินผลการทำนวัตกรรม โดยเน้นพฤติกรรมของคนในองค์กรที่เปลี่ยนไป

นวัตกรรมทางธุรกิจ

นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) คือ การสร้างสรรค์วิธีการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่สามารหาเงินได้ มักเป็นผลสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมการผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ในวันนี้เราคงได้เห็นนวัตกรรมทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจนมีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายและกลายเป็นภาพชินตาในปัจจุบัน เช่น การทำธุรกิจแฟรนไชส์ การทำธุรกิจขายตรง การเปิดร้านขายของราคาเดียวทั้งร้าน หรือการเปิดร้าน อาหารบุฟเฟต์ เป็นต้น

นวัตกรรมทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เช่น แอปพลิเคชันเรียกรถอย่าง Uber หรือ Grab รวมถึงธุรกิจเดลิเวอรี่อย่าง Food Panda ที่เริ่มจากการสร้าง “ผลิตภัณฑ์ใหม่” จนติดตลาด และเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมจนกลายเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจในที่สุด

กรณีศึกษา : DIGITAL INNOVATION นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อทุกธุรกิจ (SCG)

<https://www.scg.com/innovation/digital-innovation-business/>



