



สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ครั้งที่

2

ฉบับปรับปรุง



ศาสตร์และศิลป์แห่งความเชื่อมโยง
ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้
และนวัตกรรมสู่การพัฒนาองค์การ
อย่างยั่งยืน

การจัดการ **นวัตกรรม** **INNOVATION** MANAGEMENT

ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม
Learning Organization and Innovation

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ห้องสมุดพิเศษพระนคร



101059040

พยัต วุฒิรงค์

คำนำพิมพ์ครั้งที่ 2

“การจัดการนวัตกรรม : ทรัพยากร องค์กรแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม” ถือเป็นหนังสือด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรเล่มแรกของไทย ที่รวบรวมแนวคิดด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กร หรือ Resource based View (RBV) แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ และแนวคิดด้านนวัตกรรมองค์กรเข้าไว้ด้วยกัน หากองค์กรใดมีทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะ และทำให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้แล้วนั้น การพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นแบบทั่วทั้งองค์กรจะเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ง่าย

ในการตีพิมพ์ครั้งที่สองนี้ ผู้เขียนได้เพิ่มเติมเรื่องราวที่ผู้อ่านสอบถามมาเป็นจำนวนมากเกี่ยวกับนวัตกรรมว่า ‘ทำไมองค์กรต้องเริ่มทำนวัตกรรมตั้งแต่วันนี้’ และเพิ่มเติมข้อคิดเกี่ยวกับ ‘46 ข้อสำคัญก้าวให้ทันนวัตกรรม’ หวังว่าผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากหนังสือเล่มนี้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้ เพราะ ‘นวัตกรรมไม่ยากอย่างที่คิด’ ขอแค่เข้าใจวิธีคิด วิธีทำ และลงมือทำอย่างต่อเนื่องเท่านั้น

ดร.พีต ฤทธิรงค์

(dr_phayatt@hotmail.com)

องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

องค์การที่องค์การเป็นสมาชิกของ... (ส่วนนี้เบลอ)

และองค์การแห่งการเรียนรู้ที่วางใจอะไร มีลักษณะเด่นและองค์ประกอบอย่างไร และจะนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างองค์กร “นำทีม” ได้อย่างไร

http://www.aoi.or.th

(dr_phayatt@hotmail.com)

สารบัญ

หน้า

คำนำ

ภาพรวมของหนังสือ

What would you learn from this book?

- ทำความเข้าใจ นวัตกรรม ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ -

ปฐมบทการเปลี่ยนแปลง (Changing Era)

ตอนที่ 1 : นวัตกรรม (Innovation)

ทำความเข้าใจ “นวัตกรรม” ประเภทและมิติของนวัตกรรม ขั้นตอนนวัตกรรม ทฤษฎีนวัตกรรม และความสัมพันธ์ของนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

ตอนที่ 2 : ทรัพยากร (Resource)

ทรัพยากรคืออะไร มีกี่ประเภท มีความสำคัญต่อองค์การอย่างไรบ้าง แล้วทำไมทรัพยากรมนุษย์จึงจัดเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์การ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตอนที่ 3 : องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

องค์การจะได้รับอะไรจากการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ และองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ว่านั้นคืออะไร มีลักษณะเด่นและองค์ประกอบอย่างไร และจะนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ “นวัตกรรม” ได้อย่างไร

- ตอนที่ 4 : บทบาทของสภาพแวดล้อมต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Environment VS Innovation) 67**
ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมที่ไม่เป็นมิตรและสภาพแวดล้อมแบบปกติกับนวัตกรรม
- ตอนที่ 5 : กรอบการศึกษาต้นนวัตกรรม (Innovation Framework) 75**
องค์ประกอบในการทำความเข้าใจนวัตกรรม และกรอบการศึกษา นวัตกรรมจากแนวคิดทรัพยากรองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม สรุปเป็นหัวข้อต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ
- ตอนที่ 6 : ลักษณะสภาพแวดล้อมภายในองค์การที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม (Organizational Environment Supporting Innovation) 85**
ลักษณะสภาพแวดล้อมภายในองค์การควรเป็นอย่างไร โครงสร้างองค์การ ผู้บริหาร ทรัพยากร ลูกค้า และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม
- ตอนที่ 6.1 : โครงสร้างองค์การที่สอดคล้องกับ การสร้างสรรค์นวัตกรรม (Organization Structure and Innovation) 89**
- ตอนที่ 6.2 : การรับรู้และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ของผู้บริหารต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Executive and Innovation) 95**
- ตอนที่ 6.3 : การตอบสนองความต้องการลูกค้า เพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Customer and Innovation) 101**

What would you learn from this book?

Sustainable Competitive Advantage

Innovation Organization

Resource-based view theory

Innovativeness

- ผู้นำ
- ลูกค้า
- พนักงาน

- ทรัพยากร
- โครงสร้างองค์กร
- ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

Innovation Theory

นวัตกรรม

- คำนึงถึงความสำคัญในการเรียนรู้
- วิสัยทัศน์ร่วมกัน
- เปิดใจรับสิ่งใหม่
- แลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร

Learning Organization

Environment

Change

เมื่อคนหลาย ๆ คนพัฒนา “นวัตกรรม” ได้เพิ่มขึ้นจะเกิดการพัฒนาไปสู่การเป็น “องค์การนวัตกรรม” และเมื่อองค์การหลาย ๆ องค์การมีการพัฒนานวัตกรรมได้เพิ่มขึ้นจะเกิดการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ “ประเทศนวัตกรรม” ซึ่งประเทศนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงจากการสร้างรายได้บนพื้นฐานของการผลิตไปสู่การสร้างรายได้บนพื้นฐานของเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge based Economy) และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อสร้างให้เกิดการพัฒนาและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1 ความสำคัญของนวัตกรรม

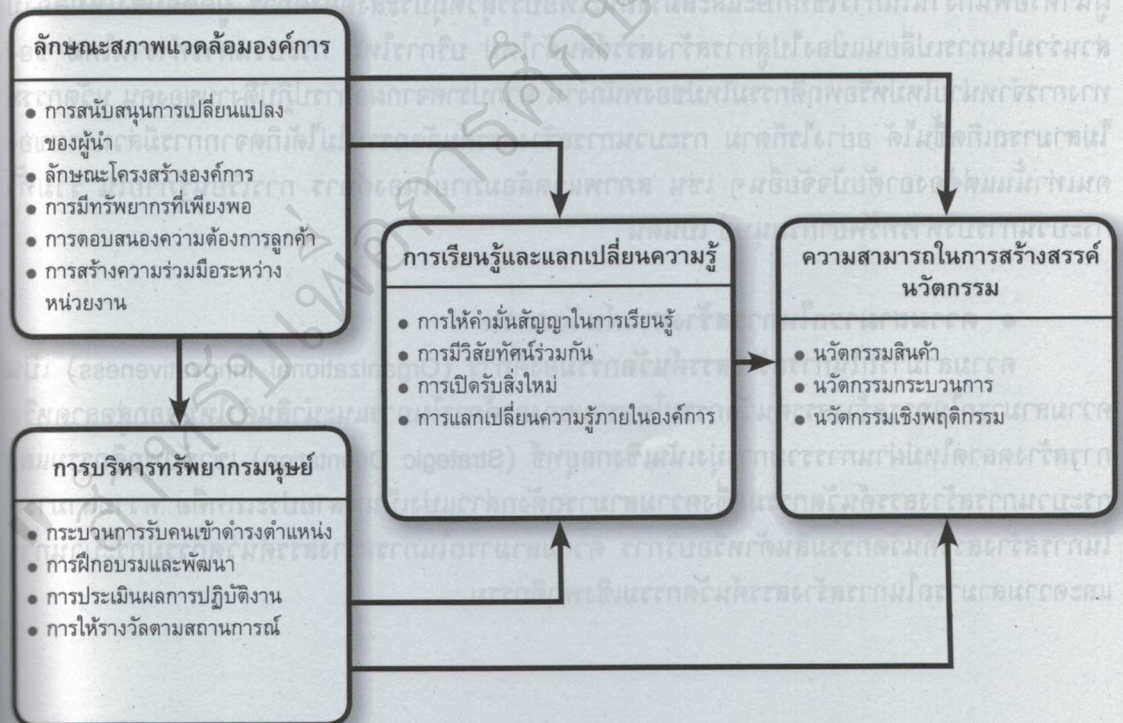
หัวใจหลักของการทำนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเกิดจากการให้คำมั่นสัญญา ร่วมกันระหว่างคนที่เกี่ยวข้องในการทำนวัตกรรม โดยทุกคนที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความตั้งใจที่จะพัฒนา สินค้าและตราสินค้าเพื่อให้เกิดความมั่นคงร่วมกัน

จากการศึกษาผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จขององค์กรคือ การมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม องค์กรต้องมีความพร้อมด้านวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่เหมาะสมต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Hult et al., 2004)

นวัตกรรมแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างองค์กรที่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์กรที่ไม่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมซึ่งส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันที่แตกต่างกัน (Porter, 1985) ในขณะที่ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Deshpande, Farley, and Webster, 1993; Yamin, Marondo, Gunasekaran, and Sarros, 1997)

กรอบการศึกษานวัตกรรมจากแนวคิดทรัพยากร องค์กรแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาสามารถสรุปเป็นกรอบการศึกษาด้านนวัตกรรมจากแนวคิดทรัพยากร องค์กรแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และปัจจัยด้านการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรแสดงดังภาพที่ 3



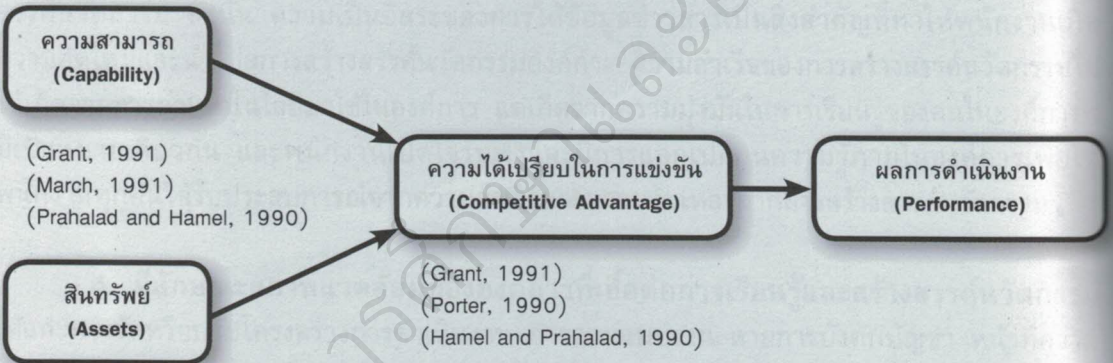
ภาพที่ 3 กรอบการศึกษานวัตกรรมจากแนวคิดทรัพยากร องค์กรแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม

คุณค่าและการประยุกต์ใช้แนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะ

แนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กรทำให้การเติบโตและกำไรขององค์กรมีความยั่งยืนและได้รับการศึกษาโดยนักวิชาการจำนวนมาก (Ricardo, 1817; Schumpeter, 1934; Penrose, 1959; Ansoff, 1965; Andrews, 1971) ซึ่งสะท้อนให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรได้เป็นอย่างดี

ทรัพยากรเป็นพื้นฐานของความสามารถในการทำกำไรและเป็นแหล่งที่มาของความสามารถขององค์กร (Grant, 1991) โดยฐานคติหลักของแนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กร คือ เมื่อองค์กรมีทรัพยากรที่มีความเฉพาะเจาะจงกับองค์กรมากขึ้น ทรัพยากรที่มีคุณค่าเหล่านี้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนสำหรับองค์กรและนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น (Siripong Preutthipan, 1999) โดยมีรายละเอียดแสดงดังภาพที่ 5

ทรัพยากร (Resources)



Invisible Asset (Itami, 1987)

Critical Resources (Azzone et al., 1995; Barney, 1986a)

Core Resources/Distinctive Competence (Hamel and Prahalad, 1990)

Intangible Assets/Tangible Assets (Collis and Montgomery, 1995; Teece et al., 1990)

Physical Resource (Barney, 1991; Collis and Montgomery, 1995; Tallman and Fladmoe-Lindquist, 1994; Hofer and Schendel, 1978)

Human/Organization Resource (Barney, 1991; Tallman and Fladmoe-Lindquist, 1994; Hofer and Schendel, 1978)

Financial Resource (Tallman and Fladmoe-Lindquist, 1994; Hofer and Schendel, 1978)

Reputation (Hofer and Schendel, 1978)

Firm Specific Resources: FSRs (Selznick, 1957; Tallman and Fladmoe-Lindquist, 1994)

Advance Factors (Porter, 1990)

Productive Resources (Wenerfelt, 1984; Penrose, 1959)


Strategic Asset (Chi, 1994; Markides and Williamson, 1996)

ภาพที่ 5 แนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กร
แหล่งที่มา : ปรับปรุงจาก Siripong Preutthipan, 1999.

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walia Autolib

<http://lib.rmutp.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00103287>



Title	การจัดการนวัตกรรม : ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และ นวัตกรรม = Innovation management : resource learning organization and innovation / พยัต วุฒิรงค์.
Author	พยัต วุฒิรงค์
Publication	กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2562
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 2. ฉบับปรับปรุง
Detail	259 หน้า : ภาพประกอบ ; 26 ซม
Subject	นวัตกรรมทางเทคโนโลยี.(+) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี -- การจัดการ.(+) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.(+) การพัฒนาองค์การ.(+)
Location	BCL
Source Types	 Book

"สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น"