



ศาสตร์และศิลป์แห่งความเชื่อมโยง
ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้
และนวัตกรรมสู่การพัฒนาองค์กร
อย่างยั่งยืน

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

ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม
Resource Learning Organization and Innovation

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดสาขาโชติเวช



201020938

พยิต วุฒิรงค์

คำนำพิมพ์ครั้งที่ 1

นวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน องค์การจำนวนมากพยายามเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการของตนเพื่อก้าวสู่ความเป็นองค์การนวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน แต่การเป็น “องค์การนวัตกรรม” ประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญหลากหลายประการที่ต้องคำนึงถึง ซึ่งองค์ประกอบต่างๆ ที่นำไปสู่การสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้ถูกรวบรวมไว้ภายในหนังสือ “การจัดการนวัตกรรม : ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม (INNOVATION MANAGEMENT : Resource, Learning Organization, and Innovation)”

หนังสือเล่มนี้เขียนขึ้นจากการประยุกต์ผลการวิจัยในวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนเพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดตามและทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยเนื้อหาประกอบด้วยแนวคิดด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์การ แนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการอธิบายการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักคือ กลุ่ม 1 เป็นช่วงของการทำความเข้าใจเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม กลุ่ม 2 เป็นการเข้าถึงแก่นความรู้เกี่ยวกับกรอบการศึกษาและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม กลุ่ม 3 เป็นช่วงของการมุ่งสู่การพัฒนาองค์การ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ เข้าด้วยกัน องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมในประเทศไทยและต่างประเทศ โมเดลการจัดการนวัตกรรม รวมถึงความคิดเห็นของผู้นำองค์การชั้นนำในประเทศไทย

ผู้เขียนหวังว่า ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากหนังสือเล่มนี้ เนื้อหาภายในมีการสรุปสาระสำคัญเป็นช่วง หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับนักศึกษา นักธุรกิจ ผู้บริหาร นวัตกรรมและผู้สนใจทั่วไป โดยผู้เขียนเชื่อว่า ความรู้ที่ได้จากการอ่านหนังสือเล่มนี้จะจุดประกายให้เกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงการจัดการนวัตกรรมขององค์การต่างๆ ต่อไปในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้เขียนขอน้อมรับด้วยความเต็มใจและยินดียิ่ง

แล้วคุณະพบว่า ... นวัตกรรมไม่ยากอย่างที่คิด

ดร.พยัต วุฒิสงศ์

(dr_phayat@hotmail.com)

สารบัญ

หน้า

คำนำ

ภาพรวมของหนังสือ

What would you learn from this book?

- ทำความเข้าใจ นวัตกรรม ทรัพยากร องค์กรแห่งการเรียนรู้ -

ปฐมบทการเปลี่ยนแปลง (Changing Era)

1

ตอนที่ 1 : นวัตกรรม (Innovation)

7

ทำความรู้จัก “นวัตกรรม” ประเภทและมิติของนวัตกรรม ขั้นตอนนวัตกรรม ทฤษฎีนวัตกรรม และความสัมพันธ์ของนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ตอนที่ 2 : ทรัพยากร (Resource)

37

ทรัพยากรคืออะไร มีกี่ประเภท มีความสำคัญต่อองค์กรอย่างไรบ้าง แล้วทำไมทรัพยากรมนุษย์จึงจัดเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตอนที่ 3 : องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

53

องค์กรจะได้รับอะไรจากการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ว่านั้นคืออะไร มีลักษณะเด่นและองค์ประกอบอย่างไร และจะนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ “นวัตกรรม” ได้อย่างไร

- เข้าถึงแก่นความรู้ -

- ตอนที่ 4 : บทบาทของสภาพแวดล้อมต่อการสร้างสรรคนวัตกรรม (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 และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเกี่ยวข้องอย่างไรกับนวัตกรรม
- ตอนที่ 6.1 : โครงสร้างองค์การที่สอดคล้องกับการสร้างสรรคนวัตกรรม (Organization Structure and Innovation) 89**
- ตอนที่ 6.2 : การรับรู้และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารต่อการสร้างสรรคนวัตกรรม (Executive and Innovation) 95**
- ตอนที่ 6.3 : การตอบสนองความต้องการลูกค้าเพื่อการสร้างสรรคนวัตกรรม (Customer and Innovation) 101**

ตอนที่ 6.4 :	การบิกรัพยากรที่เพียงพอภาสของคัการ เพือการสร้งสรรคันวัดกรร (Resource and Innovation)	105
ตอนที่ 6.5 :	ความสัมพัณัการร่วมือระหว่ง กันวนงานและการสร้งสรรคันวัดกรร (Co-Creation and Innovation)	109
ตอนที่ 7 :	การเรียนรู้และแลกเปลี่ยความรูัที่ส่งเสริบให้กัเกิดนวัดกรร (Organizational Learning and Knowledge Sharing Supporting Innovation)	111
	การเรียนรู้และแลกเปลี่ยความรูัขององคัการควรเป็นอย่งไร นวัดกรรจำเป็นต้องเกิดจากการมีค้ำมั่นสัณญูาในการเรียนรู้ การมีวิสัยทศัณัร่วมกัน การเปิดใจรับสัิ่งใหม่ และการแลกเปลี่ยความรูัจรังหรือไม่	
ตอนที่ 8 :	การบิกรัการรัพยากรมนุษย์ที่ส่งเสริบให้กัเกิดนวัดกรร (Human Resource Management Supporting Innovation)	119
	การบิกรัการรัพยากรมนุษย์รึขององคัการควรเป็นอย่งไร การรับคนเข้าดำรงตำแหน่ง การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลงาน และการให้รางวัลเพือส่งเสริบให้กัเกิดนวัดกรรต้องทำอย่งไร	
	- มุ่งสู่การพัฒนาองคัการ -	
ตอนที่ 9 :	ความเชือมโยงระหว่งปจัจยด้านลักษณะสภาพแหวดล้อมองคัการ การบิกรัการรัพยากรมนุษย์ และการเรียนรู้และแลกเปลี่ยความรูั ต่อความสามารถในการสร้งสรรคันวัดกรร (The Linkage between Organizational Environment, Human Resource Management, and Organizational Learning and Knowledge Sharing and Organizational Innovativeness)	135
	ทำความเข้าใจให้ลัศัซึ่งมากขั้นว่าปจัจยทั้ง 3 มีความเก็ยวโยง และสัมพัณัต่อการสร้งสรรคั “นวัดกรร” อย่งไร และจะนำมาประยูกตัใช้จรังได้อย่งไร	

**ตอนที่ 10 : องค์ประกอบที่มีผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กร
ภายใต้บริบทของต่างประเทศและประเทศไทย
(Factors affecting Organizational Innovativeness:
Thai and Abroad Context)** **151**

ค้นหาว่าการจัดการนวัตกรรมในประเทศไทย และในต่างประเทศที่ผ่านมา
เป็นอย่างไร พร้อมรายละเอียดผลวิจัยด้านนวัตกรรม และองค์ประกอบอะไรบ้าง
ที่มีผลต่อนวัตกรรม

**ตอนที่ 11 : บทสรุปของการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม
(The Conclusion of Innovation)** **179**

ก้าวสู่บทสรุปของการสร้างสรรค์นวัตกรรม
ทำไมต้องเป็นแนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะและแนวคิด
องค์การแห่งการเรียนรู้
ที่มาขององค์ประกอบที่มีผลต่อนวัตกรรม
โมเดลการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรของไทย
และข้อพึงระวังในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

**ตอนที่ 12 : กลากหลายคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรม : อะไร ทำไม อย่างไร
(Questions about Innovation: What Why How)** **193**

ของฝากปิดท้ายเล่มแบบ Exclusive จากใจผู้นาองค์กรไทย...ถึงการสร้างสรรค์
นวัตกรรม
ผู้บริหารระดับสูง/ผู้นาองค์กรชั้นนำในประเทศไทยมีความคิดเห็น
อย่างไรกับนวัตกรรม
ทำไมต้องนวัตกรรม ประโยชน์ของนวัตกรรม อุปสรรค
และปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ

**ตอนที่ 13 : กลับสู่จุดเริ่มต้นของการจัดการนวัตกรรม
(Back to Basic Innovation)** **207**

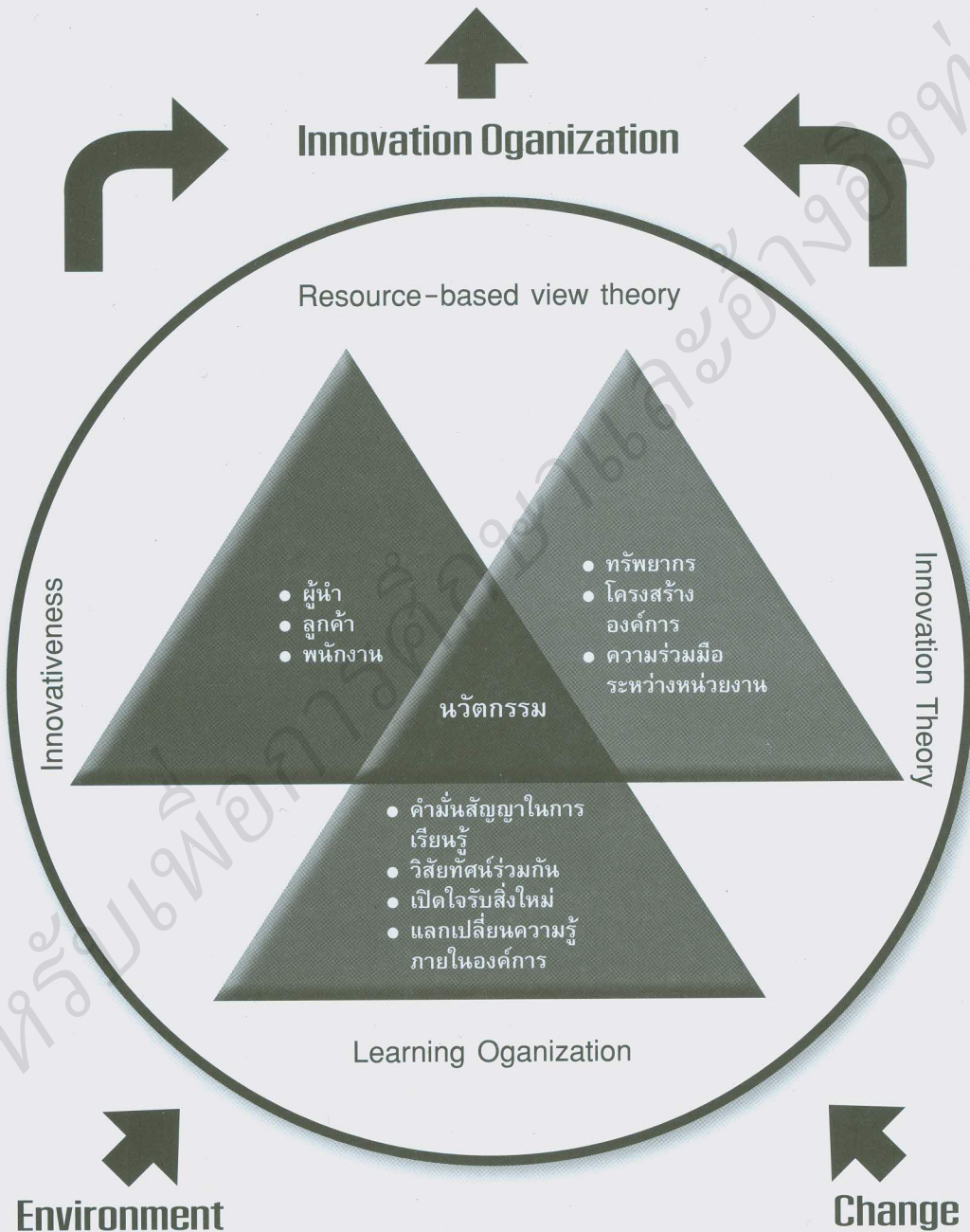
‘ทำไมองค์กรต้องเริ่มทำนวัตกรรมตั้งแต่วันนี้’ และ ‘46 ข้อสำคัญก้าวให้ทันนวัตกรรม’

บรรณานุกรม **217**

เกี่ยวกับผู้เขียน **251**

What would you learn from this book?

Sustainable Competitive Advantage



ปฐมบทการเปลี่ยนแปลง (Changing Era)

องค์การที่อยู่ในสภาพแวดล้อมปัจจุบันต้องพบกับการแข่งขันที่มีความรุนแรง ความต้องการของผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการไหลเวียนของสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น พลังจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้นักวิชาการให้ความสนใจกับ **“นวัตกรรม”** ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความสามารถในการทำกำไรและนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ (Read, 2000)

นวัตกรรมเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างซ้ำๆ ในการสร้างและปรับเปลี่ยนความคิดที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้า บริการ กระบวนการ โครงสร้างหรือนโยบายที่มีความใหม่ต่อองค์กร (Nohria and Gulati, 1996) นวัตกรรมในระดับองค์กรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Mansfield, 1968; Armour and Teece, 1978) และเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความสำเร็จขององค์กรในอุตสาหกรรม (Hult, Hurley, and Knight, 2004; Zhou, Gao, Yang, and Zhou, 2005a) ตัวอย่างเช่น Hult et al. (2004) พบว่าผู้บริหารนำนวัตกรรมมาใช้ในการแก้ปัญหาขององค์กรและสร้างความท้าทายใหม่เพื่อทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในอนาคต

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกประเทศในโลก (Porter, 1985, 1990) ประเทศฟินแลนด์ซึ่งมีพื้นที่เพียง 3 ใน 5 ของประเทศไทยและมีจำนวนประชากรเพียง 5.2 ล้านคนเท่านั้น แต่ผลจากการวิจัยและพัฒนาสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ฟินแลนด์กลายเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นอันดับ 1 ของโลก (World Economic Forum, 2004) สาเหตุหนึ่งมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลโดยการทำให้ประชาชนและองค์กรเกิดความตื่นตัว และพยายามผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง

ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาไม่จำเป็นต้องใช้บุคลากรเป็นจำนวนมาก เพียงแต่ใช้ความรู้มาพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเท่านั้น หรือองค์กรที่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น 3M ใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กรและมีการตั้งเป้าหมายในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับประเทศไทย ใน พ.ศ. 2546 Michael E. Porter ได้บรรยายในหัวข้อ “*Thailand’s Competitiveness: Creating the Foundations for Higher Productivity*” ซึ่งจัดขึ้นโดยสมาคมการจัดการแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ Porter พบว่าประเทศไทยยังไม่ได้สร้างรากฐานของการพัฒนาไปสู่ความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในขณะที่หลายประเทศได้ก้าวข้ามจากการสร้างความสามารถในการแข่งขันไปสู่การสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์แล้ว ซึ่งในอดีตประเทศไทยเติบโตแบบโชคช่วย กินมรดกเก่าเป็นหลัก ไม่ได้เติบโตจากศักยภาพและความสามารถของประเทศอย่างแท้จริง ทั้งนี้เกิดจากการขาดนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในโลก

จากปัญหาการขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น คนและองค์กรในประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจกับการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่ม

มากขึ้นโดยเฉพาะองค์การที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ถือว่าเป็นองค์การชั้นนำที่มีส่วนในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย โดยผู้บริหารระดับสูงต้องตระหนักว่า การพัฒนาและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ขององค์การต้องอาศัยทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์การเพื่อสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Barney, 1991)

ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อองค์การ

เป็นไปได้ที่จะพบอุตสาหกรรมที่ไม่มีความจำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเนื่องจากธรรมชาติของอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์การในทุกอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Hurley and Hult, 1998)

ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของการสร้างความสำเร็จขององค์การ คือ การสร้างความสามารถขององค์การในการทำให้เกิดนวัตกรรม เช่น การแนะนำกระบวนการสินค้าหรือความคิดใหม่ๆ ในองค์การ ซึ่งความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Schumpeter, 1934; Burns and Stalker, 1961; Porter, 1990)

องค์การที่มีนวัตกรรมสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการสร้างความอยู่รอดขององค์การในระยะยาว แต่ต้องอาศัยความเข้าใจ ความเชื่อและการยอมรับของคนในองค์การ และทำให้แนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นในทุกระดับและทุกหน้าที่งานซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการที่ต่อเนื่องและเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Siguaw et al., 2006)

องค์ประกอบเบื้องต้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์การ

1. การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมต้องการการเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ภายในองค์การ (Hurley and Hult, 1998) และต้องพิจารณานวัตกรรมในทุกมุมมองที่เกี่ยวข้องกับองค์การและทัศนคติของคนในองค์การ

2. การมุ่งเน้นด้านนวัตกรรม (Innovation Orientation) เป็นโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับคนในองค์การที่ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลง การค้นหาความต้องการของลูกค้าและการเรียนรู้เพื่อสร้าง

ความรู้ใหม่ในการพัฒนากระบวนการที่ต้องการและสร้างให้องค์กรมีความสามารถที่มีพลังและความคิดสร้างสรรค์ (Siguaw et al., 2006)

3. ความรู้และการเรียนรู้ของพนักงานในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรต้องมีความสามารถที่เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์ (King and Tucci, 2002; Winter, 2003)

4. การทำให้คนในองค์กรมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มขึ้น องค์กรจำเป็นต้องปรับระบบขององค์กรทั้งหมดให้สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเกิดการวิจัยและพัฒนาเพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมถึงการเชื่อมโยงกับความรู้และการเรียนรู้ของคนในองค์กรด้วย

5. องค์กรต้องมีกระบวนการภายในเพื่อสร้างกลุ่มของทรัพยากรที่มีคุณค่าเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Bates and Flynn, 1995) กลุ่มของทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะเป็นทรัพยากรที่เหมาะสมกับองค์กร การใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะเป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาความสามารถขององค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (Subramanian and Youndt, 2005) ทั้งนี้ ทรัพยากรมนุษย์ การเรียนรู้ และความรู้เกี่ยวกับลูกค้าถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Barney, 1991)

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน แต่การสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรให้เกิดขึ้นจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ซึ่งการศึกษาองค์ประกอบดังกล่าวที่เชื่อมโยงกันในการศึกษาหนึ่งครั้งยังไม่เกิดขึ้น หนังสือเล่มนี้พยายามนำเสนอการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากหลายมุมมอง คือ แนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กร (Resource Based View: RBV) และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization: LO) ซึ่งจะทำให้องค์กรเข้าใจการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้า นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมเชิงพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น

ผู้เขียนพัฒนารอบแนวคิดโดยมีพื้นฐานจากแนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กรและแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อสร้างตัวแปรในการวิจัยและอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การเรียนรู้ขององค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงลักษณะสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม แนวคิดดังกล่าวจะทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อความเชื่อมโยงของกลยุทธ์องค์กร (Barney, 1991; Peteraf, 1993) อย่างไรก็ตาม มีการวิจัยเชิงประจักษ์จำนวนจำกัดที่มีการเชื่อมโยงกับนวัตกรรมองค์กร (Farjoun, 1994) ผู้เขียนพยายามลดช่องว่างดังกล่าวและนำเสนอมุมมองใหม่เพื่อช่วยให้องค์กรที่ต้องการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ตระหนักถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องและพัฒนา

เงื่อนไขที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมทั้งเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์การเพื่อนำไปสู่การสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของประเทศไทยต่อไป

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<https://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00103287>



การจัดการนวัตกรรม : ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม =
Innovation management : resource learning organization and
innovation / พยัคฆ์ วุฒิรงค์.

Author	พยัคฆ์ วุฒิรงค์
Published	กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2562
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 2. ฉบับปรับปรุง
Detail	259 หน้า : ภาพประกอบ ; 26 ซม
Subject	นวัตกรรมทางเทคโนโลยี.(+) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี -- การจัดการ.(+) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.(+) การพัฒนาองค์กร.(+)
ISBN	9789740338536
ประเภทแหล่งที่มา	Book

" สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น "