

ทางรอดธุรกิจคือ นวัตกรรม



**วิถีโลก
วิถีธุรกิจ**

๑ ไฮเมอร์

ความสำเร็จของธุรกิจในยุคแห่งเศรษฐกิจความรู้ “ดริคเกอร์” ประมาจารย์ด้านบริหารจัดการของโลกเคยกล่าวไว้ว่า นวัตกรรมจะเป็นทางรอดของธุรกิจ และการเติบโตอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ 21 นี้

คำว่านวัตกรรมดูเหมือนว่าจะทำได้ง่ายและคนจำนวนไม่น้อยก็มักจะพูดว่า นวัตกรรมคือทางรอดของธุรกิจ แต่ในโลกธุรกิจจริงๆ แล้วไม่ใช่่ง่ายๆ ที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาและยืนอยู่เหนือกว่าคู่แข่งได้ เพราะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ วิจัยพัฒนา และคนเก่ง ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อกิจการจำนวนมากไม่น้อยก็ยังเข้าใจผิดๆ ว่า นวัตกรรม คือ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ความหมายของนวัตกรรม โดยกว้างคือการทำให้สิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่ๆ และยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กรไม่ว่าการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นใหม่เลย หรือการปรับเปลี่ยนจากของเดิมหรือต่อยอดธุรกิจเดิม

คำถามที่ต้องคิดอันดับแรกๆ ก่อนจะคิดและสร้างนวัตกรรม มี 2 ข้อ ดังนี้

-นวัตกรรมนั้นจะสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในตลาดได้แค่ไหน

-นวัตกรรมนั้นจะสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในองค์กรเองได้แค่ไหน

ซึ่งเรื่องนี้ซีอีโอและผู้บริหารระดับสูงต้องร่วมกันคิด และร่วมกันสร้างเพื่อกำหนดทิศทางและอำนวยความสะดวกให้องค์กรนั้นๆ เพราะนวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้ในองค์กรที่มีการบ่มเพาะ (cultivate) ให้เกิดความคิดแห่งความคิดสร้างสรรค์ (creativity) และทำให้เกิดเป็นปัญญาแห่งการสร้างสรรค์ (creative Intelligence)

ยิ่งในยุคแข่งขันท่ามกลางโลกาภิวัตน์ องค์กรที่จะอยู่รอดได้ และเติบโตอย่างยั่งยืน ผู้นำองค์กรนั้นจะต้องบ่มเพาะ “ดีเอ็นเอ” ของนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร โดยเริ่มที่พนักงาน

งานขององค์กรก่อน และต้องมองเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคทั้งปัจจุบัน และอนาคต เพราะนี่คือการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีตัวอย่างให้เห็น เช่น แอปเปิล, เพซบุ๊ก, กูเกิล ฯลฯ ยกย่องให้ระดับโลก ที่สร้างนวัตกรรมได้เหนือกว่าคู่แข่งในขณะนี้ (แต่อนาคต ไม่แน่ว่า...?)



ดังนั้น “กลไก” ที่สำคัญที่สุดในการสร้างความได้เปรียบ คือ “ความรู้” ที่องค์กรต้องมีการสะสม และต่อเนื่อง เพื่อมุ่งไปสู่การสร้างนวัตกรรม ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญประกอบด้วย ดังนี้

1. มีการวิจัยและพัฒนาที่ดี
2. มีการพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีโอกาสในความเป็นไปได้
3. มีการผลิตที่ทันสมัย
4. มีการถ่ายทอดและร่วมมือกับผู้ที่มีความสามารถ
5. มีการจัดการพาณิชยกรรมที่ดี

มีข้อมูลจาก PWC ที่สำรวจระดับความมั่นใจของซีอีโอทั่วโลกเมื่อปีที่ผ่านมา ซึ่งสอบ

ถามซีอีโอจำนวนกว่า 1,000 คนจาก 69 ประเทศ ผลปรากฏว่า

“ซีอีโอจากทั่วทุกมุมโลก ต่างมีระดับความมั่นใจในการเติบโตของธุรกิจตนเองในทุกๆ ทวีป แต่ซีอีโอเอเชีย - แปซิฟิก จะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราส่วนความมั่นใจมากที่สุด แม้แต่ในช่วงระยะเวลา 12 เดือนข้างหน้าที่จะถึงซึ่งเมื่อเทียบ

อัตราความมั่นใจระหว่างปีที่แล้วกับปีนี้ ก็ถือว่าเป็นสัญญาณที่ดีว่า เศรษฐกิจทั่วโลกกำลังพลิกฟื้น และกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ต่างกันเพียงแต่ความช้า เร็ว และสถานที่”

ที่น่าสนใจจากการสำรวจครั้งนี้ซีอีโอต่าง**เชื่อว่า** นวัตกรรมในสินค้าและบริการจะเป็นตัวผลักดันหลักให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่เน้นหมายถึงองค์กรจะต้องทำความเข้าใจ หรือรู้จักลูกค้าของตนเป็นอย่างดีด้วย

ขณะนี้ หลายๆ องค์กรกำลังใช้กิจกรรมเกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อเข้าไปใกล้กับลูกค้ามากขึ้น เช่น ให้ลูกค้าบอกว่า อยากได้อะไรจากองค์กร หรือมีการหาแนวร่วมกับซัพพลายเออร์ของแต่ละแผนการผลิต เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมจากแต่

ทางรอด
ธุรกิจคือ
นวัตกรรม



19

ละขั้นตอนการผลิตจนกว่าจะออกมาเป็นตัวสินค้า ตัวอย่างเช่น ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมด้านพลังงาน ได้ทำงานร่วมกับผู้ผลิตรถยนต์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ผลิตแบตเตอรี่ และบริษัทไอที เพื่อคิดค้น พัฒนา เพื่อผลิตสมาร์ตคาร์ ฯลฯ

“องค์กรจะไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้หากเราไม่พยายามนำลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตและพัฒนาสินค้าโดยตรง แนวโน้มหลักๆ ที่ซีอีโอมองเห็น คือ การให้ลูกค้าทดลองสินค้าก่อนที่จะทำการ launch สินค้า”

ดังนั้น “เทคโนโลยี” คือ คำตอบของการทำธุรกิจยุคนี้ เพราะจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าใกล้ชิดกับองค์กรมากขึ้น เช่น เครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ก และ อุปกรณ์สื่อสาร ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ซีอีโอจะต้องใช้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า

เรียกว่า ลูกค้าคือหัวใจของการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่...!

อย่างเช่น ลูกค้าตระหนัก และให้ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งก็เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลสำรวจครั้งนี้ คือ ประมาณร้อยละ 64 ของซีอีโอ บอกว่า กำลังพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลประการหนึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นของซีอีโอต่างระบุว่า ความท้าทายใหม่ที่จะเกิดขึ้นและรุนแรงมากขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้าก็คือ **เรื่องของคน ซึ่งอาจถึงขั้นขาดแคลน...!**

นอกจากนี้การขาดแคลนคนที่มีศักยภาพตรงกับความต้องการขององค์กรมีเปอร์เซ็นต์สูงมากถึงร้อยละ 63, สูญเสียคนให้กับคู่แข่งร้อยละ 47 และการสรรหาคนเก่งที่องค์กรต้องการก็ยากลำบากถึงร้อยละ 47

สรุปสั้นๆ ในภาพของการแข่งขันแห่งธุรกิจอนาคต ใครที่ไม่มี “นวัตกรรม” มีโอกาสสูงมากที่จะถูกเขี่ยทิ้งออกไปจากวงจรธุรกิจและอาจเกิดขึ้นในระยะเวลาที่สั้น หรือเร็วขึ้นกว่าเดิมมากด้วย...!