



สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
หน่วยสร้างสำนักและพัฒนาประโยชน์จากเอกสารสิทธิ์บัตรเพื่อการวิจัยและพัฒนา (สสวพ)
สถาบันเคต้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จตุจักร กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ 0-2942-8629 ต่อ 908, 626 โทรสาร 0-2942-8629 ต่อ 309

THAI IP CORNER

NEWSLETTER

เครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์จากเอกสารสิทธิ์บัตรและทรัพย์สินทางปัญญา

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1

กันยายน - ธันวาคม 2551

New Business Model: นวัตกรรมที่ท้าทาย

ปรีดา ยิ่งสุขสภาพร

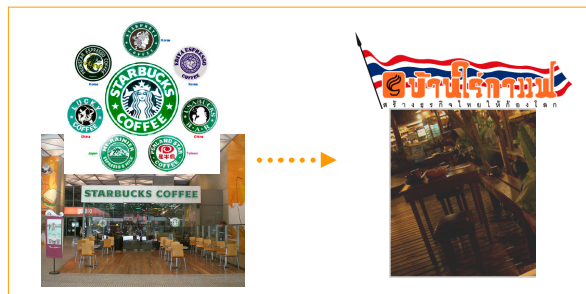
หลายๆ ครั้งที่มีผู้ถามผมว่า นวัตกรรมจำเป็นต้องเป็นเรื่องไฮเทคเสมอไปหรือเปล่า? จะต้องเป็นแต่ของทันสมัยที่ใช้เทคโนโลยีสูงเท่านั้นหรือ? ซึ่งผมก็มักจะตอบไปตามทฤษฎีว่า นวัตกรรมมันมีอยู่ด้วยกันใน 2 - 3 เรื่อง อย่างแรกคือ **นวัตกรรมในตัวสินค้า** อย่างถัดมาก็คือ **นวัตกรรมในการบริการ** และเรื่องสุดท้ายก็คือ **นวัตกรรมของรูปแบบธุรกิจใหม่**

สิ่งที่นักวิชาการให้ความสนใจกันในยุคแรกๆ ของวงการศึกษารื่องนวัตกรรมก็คือ **นวัตกรรมในตัวสินค้านั้นเอง** ตัวอย่างที่ยกกันบ่อยมาจนเป็นกรณีศึกษาอมตะ คือ Post-it note ของ 3M อันนี้เห็นได้ชัดเจนว่าความเป็นนวัตกรรมอยู่ที่ตัวสินค้านั้นเอง ตัวอย่างอื่นๆ ก็มีมากมายตั้งแต่ i-Pod, กล้องดิจิตอล, ไม้เท้า, Segway หรือ ยาไวอากร้า ฯลฯ

นวัตกรรมในการบริการก็มีมากมายเหลือคณานับเช่นกัน อาทิเช่น เว็บไซต์ YouTube, Yahoo, Google, MySpace และ Amazon ฯลฯ ซึ่งพวกนี้ก็มักจะมีการพัฒนามาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศนั่นเอง แม้ในธุรกิจภาคบริการแท้ๆ เช่น ธนาคาร โรงแรม หรือ การบิน ฯลฯ ก็มีนวัตกรรมของตัวเองอย่างต่อเนื่องตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ภาคบริการในนัยหนึ่งจึงเป็นผู้ใช้นวัตกรรมในสินค้าบางอย่างเพื่อพัฒนามาเป็นนวัตกรรมของตัวเองด้วยเช่นกัน

จุดเด่นของความเป็นนวัตกรรมในภาคบริการก็คือ **"แนวคิด"** ที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตน บนฐานของ **"ความรู้"** บางอย่างที่มันเป็นพื้นฐานอันจำเป็นต่อการก้าวกระโดดไปสู่การสร้างนวัตกรรมของตนเอง

ส่วนตัวสุดท้าย คือ **นวัตกรรมในแง่ของการสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่** ซึ่งในปัจจุบันได้มีผู้ที่สนใจศึกษาประเด็นนี้กันอย่างมาก เพราะถือเป็นเรื่องใหม่และเป็นการสร้างนวัตกรรมในมุมมองของการบูรณาการศาสตร์หลายๆ อย่าง ตัวอย่างที่ยกกันมากก็คือ รูปแบบธุรกิจของร้านกาแฟ Starbucks ที่กล่าวกันในหมู่นักธุรกิจทั้งหลายว่า ไม่ได้เป็นธุรกิจขายกาแฟ แต่เป็นธุรกิจขายประสบการณ์ของการนั่งดื่มกาแฟในบรรยากาศที่อบอุ่นเสมือนบ้านหลังที่สอง อันนี้ก็เป็นมุมมองของนักการตลาดที่ปรับเปลี่ยนแนวคิดไปตามรูปแบบการบริโภคใหม่ๆ บ้านเราก็มีพอจะเทียบเคียงได้บ้างก็คือ บ้านไร่กาแฟ ซึ่งก็ถือเป็นรูปแบบธุรกิจใหม่ที่เปลี่ยนโฉมหน้าร้านกาแฟไทยทำให้ดูดีมีราคา และดึงดูดใจ



คำว่า รูปแบบธุรกิจ นี้ น่าสนใจมากนะครับ เพราะลึกๆ แล้วมันหมายถึงว่าท่านจะมี **“กลยุทธ์”** อะไรในการดำเนินธุรกิจ แน่นอนว่าการทำธุรกิจประเภท **“คุณทำดี ผมเอาด้วย” (Me too)** มันไม่ยั่งยืนแน่ๆ แม้ว่าจะอาจจะทำให้เรามีรายได้แบบ short gun สั้นๆ ค่าวบอย ในระยะแรก แต่ไม่นานมันก็จะเกิดปรากฏการณ์ **“ผมด้วย” “ดิฉันด้วย” หรือ “หนูด้วย”** ฯลฯ ตามมา และเมื่อคู่แข่งมากขึ้นเรื่อยๆ ความคุ้มทุนก็จะโอบมือลาท่านไปในที่สุด ตัวอย่างใกล้ๆ ตัวก็คือ **Rotti boy** ที่มาเร็วและแรงเหลือเกิน และก่อให้เกิดพอบุญธรรมแม่บุญธรรมมากมายในระยะสั้นๆ ตั้งแต่ Rotti mom และ Rotti dad ฯลฯ ทำให้อายุของธุรกิจนั้นสั้นจนน่าใจหาย จริงอยู่ว่าคนทำก่อนรวยก่อนแน่นอน แมงเม่าตัวสุดท้ายก็เฝ้าไป



ถ้ารูปแบบธุรกิจของท่านเป็นอย่างนั้นแล้วไซ้ร้ ท่านก็จะอยู่ในวังวนของการทำธุรกิจสั้นๆ ที่ไม่ยั่งยืน **ความสำเร็จอยู่ที่ใครทำก่อนได้ก่อน** ท่านก็ต้องแข่งกันอย่างมาก แข่งจนล้าในบางครั้ง และก็อาจจะแข่งกันไปตายในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจ

สิ่งที่จะช่วยให้รอด ไม่ใช่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ใดๆ ในสากลโลกหรอกครับ มันคือ รูปแบบธุรกิจ ที่เป็นตัวของท่านเองต่างหาก และที่สำคัญมันไม่น่าจะเหมือนใคร ต้องมีความแตกต่างพอสมควรที่จะช่วยให้ “ไปรอด” และถ้าคุณจริงจังก็ “ไปไกล”

แต่แค่กลยุทธ์ที่ดีโดยลำพังก็ไม่พอนะครับ ถ้าท่านไม่มีความสามารถในการปฏิบัติให้ได้ตามกลยุทธ์ที่ว่านั้น ซึ่งสิ่งนี้ก็คล้ายๆ กับนวัตกรรมในภาคบริการนั่นเองที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ทั้งความรู้ในเรื่องพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ และความรู้ในมิติอื่นๆ เชิงกลยุทธ์ที่รู้แล้วจะช่วยให้ท่านเอาชนะคู่แข่งได้อย่างขาดลอย

ในยุคนวัตกรรม 1.0 ที่เมืองไทยเวลานี้นะครับ ถือว่าเป็นโอกาสอันดีที่ท่านผู้ประกอบการจะได้หันมาลองดูนวัตกรรมด้านรูปแบบธุรกิจบ้าง เพราะยังเป็นช่วงเวลาที่ผู้คนพิจารณาแต่การสร้างนวัตกรรมในสินค้ากันเสียเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้วไปที่นวัตกรรม 2.0 ที่แม้แต่ธุรกิจการผลิตใหญ่ๆ อย่าง GE และ IBM ก็มุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมบริการกันมากขึ้น

สิ่งที่จะช่วยให้ท่านก้าวกระโดดได้อย่างรวดเร็ว คือ **การก้าวไปสู่นวัตกรรม 3.0 คือ เวอร์ชันของการสร้างนวัตกรรมที่รูปแบบธุรกิจใหม่** ซึ่งไม่ว่าท่านจะหนาหรือจะบางแตกต่างกัน ก็ไม่มีข้อขีดค้นจำกัดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของท่าน

ถึงตรงนี้ก็คงตอบคำถามข้างต้นได้ระดับหนึ่งแล้วนะครับว่า การเปลี่ยนมุมมอง วิสัยทัศน์ และแนวคิดบางอย่างก็ช่วยให้ท่านรังสรรค์นวัตกรรมขั้นเลิศได้เช่นกัน ไม่ใช่เฉพาะต้องมั่งงานวิจัยและพัฒนาขั้นเยี่ยมเท่านั้นที่จะสร้างนวัตกรรมได้เพียงช่องทางเดียว เพราะนวัตกรรมไม่ได้หมายความว่าแต่เรื่องเทคโนโลยีหรือสินค้าไฮเทค การเปลี่ยนหรือสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ก็เป็นเรื่องที่ทำทายมากไม่แพ้กัน

ถ้าหากท่านผู้ประกอบการต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ลองไปที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ถนนพระราม 6 สิคครับ ที่มีสไลด์แถมแบบง่ายๆ ว่า **“Innovation Solution”**

คิดอะไรไม่ออกก็ลองไปคุยดู อาจจะได้นวัตกรรมดีๆ สำหรับบริษัทของท่านก็ได้ Inno(vation) OK ไหมครับ.....

preeda@nia.or.th