

# นวัตกรรมการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล Innovation of Organization Administration in Digital Age

Received : March 26, 2019

Revised : May 20, 2019

Accepted : June 30, 2019

ประพันธ์ คชแก้ว<sup>1</sup>

Praphan Cotchakaew

นัยนา เกิดวิชัย<sup>2</sup>

Naiyana Koetwichai

## บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “นวัตกรรมการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล” เป็นบทความทางวิชาการที่มุ่งศึกษาแนวทางการนำนวัตกรรม มาช่วยในการบริหารองค์การยุคดิจิทัล มาเป็นกรอบในการพัฒนาใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยวิเคราะห์ออกมาเป็นความเรียง

ผลการศึกษา พบว่า การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล ทำให้องค์การมีความพร้อม และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์การได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างนวัตกรรมการบริหารองค์การคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการคิดค้น การพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับองค์การได้ เช่น การนำความคิดสร้างสรรค์มาวิจัยและพัฒนา การจัดการองค์ความรู้ในองค์การเพื่อกำหนดสิ่งที่ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล ให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสูงขึ้นกว่าเดิม

**คำสำคัญ :** นวัตกรรม, การบริหารองค์การ, องค์การยุคดิจิทัล

---

<sup>1</sup> สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สมุทรปราการ

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### Abstract

“Innovation of Organization Administration in Digital Age” is an academic article which aims to study the innovation of organization in digital age as a guideline on developing framework. The documents were used to conduct and the research analysis was descriptive research.

According to the result, it was found that adaptation of innovation in organization administration in digital age could prepare the organization to be able to compete with the other organizations. The importance of creating innovation in organization administration was human resource development since the efficient personnel could bring about creation and innovation for the organization. For example, they could bring the idea to study, develop and manage knowledge in order to determine what to develop or change by using new technologies for the organization administration with modernity and efficiency. Moreover, it could help to save time, workers, convenience and good system in organization administration.

**Keywords :** Innovation, Organization Administration, Organization in Digital Age

## 1. บทนำ

นวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการบริหารองค์การในยุคปัจจุบันและในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องยอมรับการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมเช่นกัน เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การติดต่อสื่อสารของประเทศต่าง ๆ ในโลกเชื่อมถึงกันได้สะดวกขึ้น ทำให้การแข่งขันของประเทศรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การที่ประเทศต่าง ๆ จะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้จะต้องอาศัยความมีศักยภาพเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การในการขับเคลื่อน ในการคิดค้น และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนการจัดการองค์การใหม่ เพื่อให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการในองค์การยุคดิจิทัล มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

ในทศวรรษหน้า องค์การภาครัฐและภาคเอกชนจะเป็นองค์การแห่งนวัตกรรมเฉกเช่นเดียวกัน โดยองค์การจะต้องคิดค้นกระบวนการทำงานใหม่ๆ คิดค้นหาวิธีการทำงานใหม่ ๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้เชี่ยวชาญระบุว่า สิ่งที่ยังคงการนวัตกรรมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีเหมือนกัน คือ ความคล่องตัว การเอาใจใส่กับผู้บริโภค ซึ่งภาครัฐเรียกว่า ผู้รับบริการ ภาคเอกชนเรียกว่าลูกค้า และมีการติดตามผลการให้บริการ สำหรับความแตกต่างกันระหว่างองค์การแห่งนวัตกรรมภาครัฐและภาคเอกชนนั้นคือ ภาครัฐต้องไปเน้นที่ลดความเสียหาย และไม่เน้นผลกำไร โดยกำไรของภาครัฐ คือ ประสิทธิภาพและความเท่าเทียมกันที่จะให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ส่วนภาคเอกชนจะเน้นการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้สามารถผลิตได้รวดเร็ว ถูกใจผู้บริโภค และได้กำไรเข้าสู่องค์การ โดยสิ่งแรกที่ต้องปรับปรุงในการบริหารจัดการคือ ต้องคำนึงถึงบุคลากรเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ซึ่งการสร้างทัศนคติที่ดีสำคัญกว่าความรู้ การพัฒนาช่วงการเปลี่ยนผ่านจากรุ่นสู่รุ่น จะเกิดความหลากหลายสูงมาก ประชากรรุ่น X จะขึ้นมามีบทบาทแทนประชากรในรุ่น Baby Boom ซึ่งรู้ระเบียบแบบแผนแน่นอน ในขณะที่ รุ่น X และรุ่น Y ไม่สนใจกฎระเบียบเท่าที่ควร บทบาทในการรับบุคลากรเข้าทำงานจึงต้องเตรียมเครื่องมือ องค์ความรู้ การสร้างสัมพันธภาพ ความไว้วางใจ เชื่อใจ ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติของการทำงานเกี่ยวกับคนต้องเข้าใจและมีเมตตา ซึ่งหากบุคลากรมีทัศนคติที่ต่างกันและปรับให้เข้าหากันได้ยาก ผู้เป็นหัวหน้ามีส่วนสำคัญในการประเมินผลต้องเป็นทุกอย่างให้กับคนในหน่วยงาน เช่น เป็นผู้สอนงานและกระตุ้นให้ทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีมาตรฐานการทำงานที่สูงขึ้นกว่าเดิม (บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2555)

ดังนั้น การนำนวัตกรรมการบริหารองค์การในยุคดิจิทัลจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างความรวดเร็ว ถูกต้อง มีมาตรฐานในการทำงานและคุ้มค่ากับต้นทุนที่เสียไป ทำให้องค์การสามารถกำหนดวิธีการบริหารความสัมพันธ์ในกระบวนการทำงานได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม

## 2. แนวความคิดของนวัตกรรม

### ความหมายของนวัตกรรม

Drucker, P. (2014) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใด ๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่มากนักน้อยเพียงใดก็ตาม ที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอยู่เดิมแล้ว

Nelson, R. R. (2013) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การนำแนวคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งได้กล่าวว่าความหมายในเชิงแคบของนวัตกรรมคือผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับพลวัตของกิจกรรมทางสังคม ในขณะที่ความหมายในเชิงกว้าง หมายถึง แนวความคิดการปฏิบัติหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ใหม่ต่อตัวปัจเจกหรือหน่วยที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์การสร้างตลาดใหม่ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส และนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

Von Hippel, E. (2005) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมและหมายรวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตหรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

Kline, S. J., & Rosenberg, N. (2010) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การเกิดใหม่ขึ้นอีกครั้งจากการปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรมไม่ใช่การจัดหรือลบล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา

จึงสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การระดมความคิด ที่เกิดจากความรู้ของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเรียนว่า นวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด อีกทั้งยังทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวมด้วย

### ประเภทของนวัตกรรม

Kline, S. J., & Rosenberg, N. (2010) ได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมทางธุรกรรมขององค์กร (business innovation) เป็นการปรับปรุง/เพิ่มเติมการดำเนินธุรกรรมขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบริบทการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมของโลก ซึ่งความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า จึงขึ้นอยู่กับความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรด้วย

2. นวัตกรรมทางยุทธศาสตร์ขององค์กร (strategy innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ความเชื่อ เป้าหมาย รวมถึงการปรับระบบโครงสร้างองค์กร เพื่อให้ทันกับยุคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี เพื่อกำหนดทิศทางหลักของการทำธุรกรรมขององค์กรใหม่และผลักดันธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

3. นวัตกรรมทางทุนมนุษย์ (human capital innovation) เป็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม เช่น การเพิ่มพูนความรู้ในการอบรม การระดมสมอง การฝึกการแก้ไขปัญหา เพื่อเอื้อต่อการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการนวัตกรรม

4. นวัตกรรมทางกระบวนการ (process innovation) เป็นการพัฒนาระบบการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม โดยการศึกษาจากกระบวนการทำงานของบุคลากรรุ่นเดิม และนำปัญหาดังกล่าวมาปรับปรุงเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้น ช่วยลดต้นทุนการผลิตลง ซึ่ง

นวัตกรรมทางกระบวนการอาจนำกระบวนการทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมกระบวนการทางองค์การมาใช้ เพื่อให้ประโยชน์สูงสุด

5. นวัตกรรมทางสินค้าและบริการ (product/service innovation) เป็นกระบวนการระดมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของทีมงานเพื่อให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ โดยการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการทำงาน เพื่อให้คิดค้นสินค้าใหม่ได้ เพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยคำนึงถึงกระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดขึ้นกับทุกองค์การที่จะทำให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ได้

6. นวัตกรรมทางการตลาด (marketing innovation) เป็นการพัฒनावิธีการงานโดยใช้การตลาดรูปแบบใหม่เข้ามาช่วย ซึ่งเน้นการให้ความสำคัญกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาดและการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้า รวมถึงการประเมินและการทำนายความต้องการของผู้บริโภค

จึงสามารถสรุปได้ว่า ประเภทของนวัตกรรมทั้ง 6 ประเภท เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงในการทำงานของบุคลากรเพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดการเพิ่มเติม แก้ไข และปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมใหม่ขององค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจในอนาคต

#### นวัตกรรมกับการบริหารบุคลากรในองค์การ

ปัจจุบันนี้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ เกิดการแข่งขันที่จะสร้างความแตกต่าง เพื่อก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดี แต่การสร้างนวัตกรรมก็ยังมีความเสี่ยงเนื่องจากปัจจัยสำคัญคือต้นทุนความคิดของบุคลากร ที่เป็นตัวขับเคลื่อนหลัก ไม่ว่าจะเป็นแรงงานผู้บริหารหรือแม้แต่พนักงาน นวัตกรรมแบบสร้างสรรค์ ก็ยังต้องใช้ทุนมนุษย์อยู่ดี ถึงแม้ทุนยนต์จะเข้ามาแทนที่ได้แต่ก็ยังไม่สามารถแสดงศักยภาพทางความคิดหรือฉลาดเท่ามนุษย์ได้ ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบเดิมจึงไม่สามารถใช้ได้ ในการบริหารบุคลากรในยุคปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องประยุกต์การบริการทั้ง “ศาสตร์” และ “ศิลป์” เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้เกิดการคิดค้น กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับองค์การของเราต่อไป หากองค์การต้องการจะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ขึ้นมาจะต้องนำทุก ๆ ศาสตร์มาผสมผสาน (multidiscipline) เพื่อให้เกิดผลงานนวัตกรรมสักชิ้นหนึ่ง ควรเริ่มต้นจากงานวิจัยและความคิดสร้างสรรค์ (creativity) หรือจะเป็นการจัดการความรู้ (knowledge management) จะทำอะไรก่อนหลัง หากองค์การใดสามารถพัฒนาบุคลากรให้สามารถคิดและสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ ก็จะทำให้องค์การมีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น การคัดเลือกพนักงานหรือจัดให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากร จึงต้องเป็นหน้าที่หลักของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ที่จะต้องเฟ้นหาบุคลากรที่มีคุณภาพ การสร้างคนให้มีแนวคิดทางด้านนวัตกรรมนั้นต้องอาศัยกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งอาจจะเริ่มต้นจากการจุดประกายความคิดในตัวของแต่ละคน เพื่อสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือธุรกิจนวัตกรรม ซึ่งที่มาที่ไปของประกายความคิด หรือที่เรียกว่า แหล่งที่มาของนวัตกรรม (sources of innovation) ประกอบด้วย การจัดการความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนาและการจัดการองค์ความรู้ เป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2555)

จึงสามารถสรุปได้ว่า การสร้างนวัตกรรมใหม่นั้น จะต้องเริ่มจากบุคลากรในองค์กรซึ่งการพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งจำเป็นในการขับเคลื่อนองค์กร จะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารคน เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่พร้อมทำให้องค์การก้าวหน้าต่อไปได้

#### องค์ประกอบขององค์การแห่งนวัตกรรม

การนำพาองค์กรสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม สิ่งสำคัญที่สุดคือการบริหารทรัพยากรบุคคลให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรอบคอบ ดังนั้นในการบริหารบุคลากรจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของพนักงานที่กล้าคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว ไม่สามารถให้การให้แรงจูงใจ หรือตัวชี้วัดแบบปกติได้ ดังนั้นแนวทางในการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อการสร้างนวัตกรรม จึงต้องมีองค์ประกอบที่มีลักษณะดังนี้ (รวีภา ธรรมโชติ, 2558)

1. มีวิสัยทัศน์ร่วมกับผู้นำและการมุ่งไปสู่นวัตกรรม (Shared vision, leadership and the will to innovate) กลยุทธ์การสื่อสารของผู้นำที่จะต้องสื่อสารและสร้างความชัดเจนในการรับรู้วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ใหม่แก่พนักงานในองค์กร รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ใหม่ขององค์กรและมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

2. การมีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม (appropriate organization structure) ลักษณะโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม จะต้องมีการมีโครงสร้างองค์กรที่มีรูปแบบที่ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างรูปแบบต่าง ๆ ขององค์กรที่แตกต่างกัน นอกจากโครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่าย(network) ซึ่งการทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้กับเครือข่ายภายนอกจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและช่วยให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น

3. บุคลากรที่มีความสำคัญ (key individual) คือบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญในการทำงาน มีทักษะการสื่อสาร มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร สามารถร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้องค์การได้พร้อมที่จะทุ่มเทและปรารถนาที่จะช่วยองค์กร ดังนั้น บุคลากรจึงถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

4. การฝึกอบรมและพัฒนา (stretching training and development) เป็นการเพิ่มทักษะความรู้ให้กับบุคลากรซึ่งเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นการฝึกอบรมและพัฒนาจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นควบคู่กับบุคลากรในองค์กร โดยการส่งเสริมให้คิด สร้างสรรค์ และการทดลองทำในสิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งการพัฒนาและปลูกฝังให้บุคลากรมีนิสัยแห่งการเรียนรู้

5. การมีส่วนร่วมในนวัตกรรม (high involvement in innovation) คือ การสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องในการสร้างนวัตกรรม เช่น ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค วิศวกรและนักออกแบบ ช่วยกันระดมความคิดโดยใช้ความสามารถของคนทั้งองค์กรก็จะทำให้องค์การมีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมมากขึ้น

6. ทีมงานที่มีประสิทธิภาพ (effective team working) เป็นการสร้างนวัตกรรมที่เน้นให้มีการทำงานเป็นทีม เช่น ทีมงานโครงการ และทีมแก้ปัญหาระหว่างองค์กร กลุ่มพวกนี้จะเน้นที่การสร้างและการปรับเปลี่ยนนวัตกรรม ในการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องประกอบไปด้วยการระดมภาระงานอย่างชัดเจน

7. บรรยากาศที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ (creative climate) คือ บรรยากาศการทำงานที่ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร สิ่งที่ต้องการควรทำเพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร นโยบาย และกระบวนการสื่อสาร ระบบการให้รางวัลและการชื่นชม นโยบายการฝึกอบรม ระบบการวัดผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสม การสนับสนุนให้พนักงานมีความเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น

8. ปัจจัยภายนอก (external focus) คือ วิธีที่องค์กรจะรับรู้และสื่อสารโดยการพัฒนาจากการกำหนดทิศทางจากภายนอก ที่มาจากลูกค้าและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งการมีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจ ความต้องการของลูกค้าและตลาด มีความสำคัญต่อการสร้างองค์การนวัตกรรม

9. การขยายการสื่อสาร (extensive communication) เป็นรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทิศทาง เช่น การเรียนรู้จากปัญหาต่าง ๆ ดังนั้น จึงต้องมีการสื่อสารข้ามหน่วยงานและระหว่างองค์กรให้มากขึ้น เพื่อเป็นการรวบรวมความแตกต่างทางด้านความคิดซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้รวบรวมความรู้ขององค์กร

10. องค์กรแห่งการเรียนรู้ (learning organization) เป็นการเรียนรู้และการถ่ายโอนความรู้ผ่านกระบวนการของการทดลอง ประสบการณ์ การสะท้อนและการรวมเข้าด้วยกัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว คือ ความสามารถในการจัดการวงจรการเรียนรู้ให้อยู่ในรูปที่ชัดเจน ในการจัดการกระบวนการเรียนรู้จะต้องสร้างเงื่อนไขภายใต้โอกาสในการเรียนรู้และการแสวงหาที่เพิ่มขึ้น

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบขององค์กรแห่งนวัตกรรม ที่สำคัญนั้นคือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในความถนัดของตนเองและนำความรู้มาเผยแพร่ให้ทีมงานได้นำไปปฏิบัติต่อและให้ทุกคนพัฒนาตนเองจากการเรียนรู้จากปัญหาต่าง ๆ และจากข้อมูลความต้องการของลูกค้า ซึ่งการนำปัญหาต่าง ๆ มาวิเคราะห์ จะก่อให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้และก่อให้เกิดนวัตกรรมในการแก้ไขวิธีการใหม่เพิ่มขึ้น

### 3. คุณลักษณะของนวัตกรรมภายในองค์กร

นวัตกรรมเป็นกระบวนการใหม่ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรควรจะมีการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เพื่อเกิดเป็นนวัตกรรมในการบริหารและการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมานั้นจะทำให้องค์กรสามารถเดินไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้อย่างดี คุณลักษณะของนวัตกรรมภายในองค์กรควรประกอบด้วย คุณลักษณะดังนี้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2562)

1. นวัตกรรมจะเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือขั้นตอนที่ “จับต้องใช้ได้” ภายในองค์กร สำหรับ “ความคิดใหม่” อาจเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของนวัตกรรม แต่ไม่อาจเรียกว่าเป็นนวัตกรรมได้ซึ่งสอดคล้องกับ Everett M. Rogers (1983) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นความคิด การกระทำหรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม (Innovation is a new idea, practice or object, that is perceived as new by the individual or other unit of adoption) ดังนั้น นวัตกรรมอาจหมายถึงสิ่งใหม่ ๆ ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อนเลยหรือเคยทำมาแล้วในอดีต แต่ได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่ และมีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม



2. นวัตกรรมจะต้องมีความใหม่ในระดับกลุ่ม ฝ่ายหรือองค์การ ในขณะที่บางครั้งอาจจะไม่จำเป็นต้องใหม่ในระดับบุคคลที่สร้างนวัตกรรมนั้น ๆ กล่าวคือ นวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือเฉพาะด้านของผู้ประกอบการ ที่มีความสามารถในการพลิกผันโอกาสไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามแต่ละธุรกิจ ซึ่งสามารถจะที่จะนำเสนอต่อผู้ให้สามารถ เรียนรู้และฝึกฝน ไปพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วย ประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

3. นวัตกรรมต้องมาจาก “ความตั้งใจ” ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมากกว่าจะเกิดขึ้นโดยบังเอิญ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการตั้งใจเอาสิ่งใหม่ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของความคิดหรือการกระทำ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ก็ตามเข้ามาใช้สร้างนวัตกรรม เพื่อมุ่งหวังที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้ช่วยให้ประหยัดเวลาในการทำงานได้ดีขึ้น

4. นวัตกรรมจะต้องไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นประจำ เช่น การรับสมัครพนักงานใหม่ เนื่องจากผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการจ้างงานเทคโนโลยีหุ่นยนต์และระบบปัญญาประดิษฐ์เข้ามาแทนที่มนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อาจเปรียบเสมือนฝันร้ายของเหล่าพนักงานที่ทำงานประจำ เช่น งานธุรการ บริการจัดส่งของ งานผลิต และงานวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น งานเหล่านี้มีแนวโน้มว่าจะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์และระบบ AI ดังนั้น บุคลากรจะต้องปรับตัวในการทำงาน คือ จะต้องมีการพัฒนาความรู้ดิจิทัลให้มากขึ้นและครอบคลุม 4 มิติ ได้แก่

4.1 การใช้ (Use) วัดจากความคล่องแคล่วทางเทคนิคพื้นฐานที่จำเป็นในการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

4.2 การเข้าใจ (Understand) ในบริบทของสารสนเทศดิจิทัล เพื่อการค้นหา ประเมิน ติดต่อสื่อสาร ประสานงานร่วมมือและแก้ไขปัญหา

4.3 การสร้าง (Create) ซึ่งครอบคลุมทั้งเนื้อหา (Content) และช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย

4.4 การเข้าถึง (Access) ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ รวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น Cloud Computing เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. นวัตกรรมจะต้องมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไร (ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ) ให้แก่องค์กรหรือก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่สังคมในวงกว้างทั้งนี้ นวัตกรรมจะไม่รวมถึงการทำลายล้าง วัฒนธรรมหรือการก่อการร้าย นวัตกรรมจะต้องส่งผลกระทบที่ดีต่อสาธารณะ การเปลี่ยนแปลงของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ไม่เกิดผลต่อบุคคลอื่น หรือไม่เกิดการประยุกต์ใช้ภายในองค์กร จะไม่ถือว่าเป็นนวัตกรรม

จึงสามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นจะต้อง เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการปรับปรุงผลผลิตและบริการ กระบวนการ ให้มีประสิทธิภาพสำเร็จในระดับองค์การ เป็นกระบวนการที่ประกอบกันหลายขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาและแลกเปลี่ยนความรู้ การตัดสินใจที่จะดำเนินการ การดำเนินการ การประเมินผล และการเรียนรู้ แม้ว่านวัตกรรมจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีก็ตาม



#### 4. การเตรียมความพร้อมการใช้นวัตกรรมในองค์การยุคดิจิทัล

ในยุคปัจจุบันองค์การยุคดิจิทัลต้องการบุคลากรที่จะมาพัฒนาองค์การที่เปลี่ยนไปจากเดิมจากการสรรหา “คน” ที่มีความเชี่ยวชาญเพียงอย่างเดียวเปลี่ยนเป็นการหา “คน” ที่สามารถเข้าใจและใช้เทคโนโลยีมาช่วยให้เกิดกระบวนการทำงานที่รวดเร็วมากขึ้น เพื่อลดความผิดพลาดจากความประมาท ไม่ละเอียดยรอบคอบ และอีกหลายเหตุผล ที่ทำให้องค์การธุรกิจต่าง ๆ ไม่ต้องการใช้บริการทักษะของ “คน” เพราะแม้ว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะสามารถทดแทนความสามารถของ คน ได้หลากหลาย ซึ่งเทคโนโลยีจะนำมาสู่นวัตกรรมในองค์การยุคดิจิทัล ดังนั้นองค์การยุคดิจิทัลจะต้องมีทักษะไอที 6 ด้าน ดังนี้ (บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน), 2562)

1. ทักษะการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี (Tools & Technologies) อาจเป็นเรื่องยากที่เราจะสามารถตามทันเทคโนโลยีได้ทันทั้งหมด เพราะเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่อย่างน้อยสิ่งที่ต้องสร้างการเรียนรู้ให้กับบุคลากรในองค์การ คือต้องมีทักษะในด้านของความเข้าใจในพื้นฐานว่าเครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ กระบวนการทำงานของ ฮาร์ดแวร์ (Hardware) และซอฟต์แวร์ (Software) ความสามารถและข้อจำกัดของเทคโนโลยี และที่สำคัญ บุคลากรต้องมีความสามารถการทำงานร่วมกันกับเครื่องมือทางเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี

2. ทักษะการค้นหาและใช้งาน (Find & Use) เป็นทักษะการค้นหาและนำไปใช้งาน ที่ไม่ใช่แค่ค้นข้อมูลจาก “กูเกิล” (Google) หรือ “เสิร์ชเอนจิน” (Search Engine) ต่าง ๆ ได้เพียงเท่านั้น แต่รวมไปถึงทักษะความสามารถในการที่จะนำไปวิเคราะห์ และตัดสินใจ นำข้อมูลที่มีอยู่มากมายในโลกอินเทอร์เน็ตมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ โดยเข้าใจถึงลิขสิทธิ์ของข้อมูล และการนำไปใช้อีกด้วย

3. ทักษะการสอนและเรียนรู้ (Teach & Learn) เป็นทักษะที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของบุคลากรในองค์การ เพราะไม่มีใครสามารถรู้ หรือเชี่ยวชาญเทคโนโลยีไปได้ทุกอย่าง จึงจำเป็นต้องมีการแบ่งปันองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญระหว่างกัน รวมไปถึงการใช้เครื่องมือที่มีอยู่ภายนอกให้เพื่อร่วมงานได้เป็นอย่างดีด้วย ซึ่งทักษะนี้ถือเป็นทักษะที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ (Communication and Collaborate) เป็นทักษะที่บุคลากรต้องเรียนรู้เพิ่มในเรื่องการทำงานแบบใหม่ เช่น การส่งอีเมล (E-mail) การใช้วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video Conference) ในการประชุมงาน การส่งข้อความโดยใช้แมสเสจจิง (Messaging) และเครื่องมือทางเทคโนโลยี (Collaboration Tools) ในการการแชร์ข้อมูล เพื่อที่จะให้สามารถทำงานร่วมกันได้ในสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5. ทักษะการสร้างและนวัตกรรม (Create and Innovate) เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงเป็นเรื่องง่ายมากขึ้นที่จะทำให้สามารถที่จะสร้างนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานได้ดีมากขึ้น ทั้งในรูปของ ข้อความ รูปภาพ ซอฟต์แวร์ หรือบริการต่าง ๆ แต่ก่อนที่จะสามารถสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาได้นั้น บุคลากรต้องมีต้องมีทักษะในการสร้างเนื้อหาออกมาในรูปแบบของดิจิทัลได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น “ดิจิทัล อิมเมจ” (Digital Images) “กราฟิกดีไซน์” (Graphics Design) ซึ่งยังอาจหมายถึงการเขียนโปรแกรม (Programming) หรือการเขียนโค้ด (Coding) ด้วย เพราะเป็นทักษะที่สามารถหยิบเอาสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ ทั้งจากภายใน องค์การและภายนอก

มาสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ได้ ซึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ ก็คือบริการเช่าห้องพัก แอร์บี เอนด์บี (Airbnb) และบริการเช่ารถยนต์อย่าง อุเบอร์ (Uber) ที่ไม่ได้ลงทุน แต่สามารถใช้สิ่งที่มียูมาสร้าง จนเกิดเป็นธุรกิจที่คนใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก เป็นต้น

6. ทักษะการสร้างอัตลักษณ์และสุขภาวะ (Identity & Wellbeing) หมายถึง บุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องยกระดับทักษะและความตระหนักรู้เท่าทัน ในเรื่องปกป้องข้อมูลตัวเอง และข้อมูลขององค์กร ตลอดจนการระมัดระวังในการเก็บ หรือตั้งรหัส ที่แสดงตัวตน ผ่านเครื่องมือทางเทคโนโลยีต่าง ๆ และยังรวมไปถึงต้องมีความรับผิดชอบในการดูแล และป้องกันข้อมูลของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับเรา หรือบริษัท ฯ ด้วยเช่นกัน เพราะหากไม่มีทักษะในด้านนี้ ผลของความเสียหายรุนแรงมาก จนถึงขั้นที่ไม่สามารถจะรับผิดชอบได้เลยทีเดียว

สามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมในองค์การยุคดิจิทัลนั้นบุคลากรจำเป็นต้องมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีที่สำคัญ 6 อย่างที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อยกระดับทักษะของตนเอง เพราะปัจจุบันมีเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ได้รับทราบข้อมูลเชิงลึก และข้อมูล ที่ช่วยให้เข้าใจกระบวนการในสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งหากเราสามารถมีทักษะที่ดีมากเพียงกี่ย่อมที่จะส่งผลให้เกิดความสามารถที่ดีที่สุดมาใช้งานได้

## 5. การปรับตัวขององค์การในยุคดิจิทัล

ในสภาวะการณ์ที่องค์การจะต้องขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี องค์การต่าง ๆ จะต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้อยู่รอดในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ซึ่งบางองค์การมองเห็นวิกฤติเป็นโอกาส วางแผนเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่บางองค์การถูกคลื่นซัดพังเสียหายเพราะปรับตัวไม่ทัน แนวทางการเอาตัวรอดสำหรับองค์การขนาดใหญ่จึงหนีไม่พ้นต้องปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล ซึ่งควรคำนึงถึง 4 องค์ประกอบต่อไปนี้ (ธัชกรณ วชิรมน, 2562)

1. การมีจุดแข็งเป็นของตัวเอง ซึ่งองค์การใหญ่ที่มีชื่อเสียงและอยู่มานาน ย่อมมีบางอย่างที่เป็นจุดแข็ง ดังนั้นการวิเคราะห์รายละเอียดต่าง ๆ ของธุรกิจจึงสำคัญมาก ทั้งตัวลูกค้า จุดแข็งและจุดอ่อนอาจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การยึดติดกับแผน หรือวิธีการแบบเดิม อาจจะทำให้ประสิทธิภาพพลงเรื่อย ๆ ดังนั้น องค์การต้องยอมรับที่จะเรียนรู้การบริหารใหม่ๆ ต่อยอดจุดแข็งเดิมและเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) ให้แก่แบรนด์ ต่อไป ตัวอย่างเช่น การเรียกแท็กซี่แบบเดิมถูก Grab Taxi เข้ามาแทนที่ด้วย Digital Platform หรือการซื้อเสื้อผ้าแบบที่ต้องไปลองตามห้างสรรพสินค้า ได้เปลี่ยนเป็นการซื้อเสื้อผ้าผ่าน Online โดยเฉพาะกับคน Gen Y ที่แม้ไม่ได้ลองเสื้อผ้าก็สามารถคลิกสั่งซื้อและจ่ายเงินได้ในทันที

2. มีวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์การ วิสัยทัศน์ที่ผู้นำยุคนี้ควรมีคือสนใจเรียนรู้ และกล้าลงเสี่ยงกับสิ่งใหม่ ๆ ยอมรับความผิดพลาดได้ และไม่ยึดติดกับความคิดเดิมของตนเองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอ ความเก่งอย่างเดียวจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์การในยุคดิจิทัล แต่ต้องเข้าใจวิธีการในการสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ด้วย เพราะฉะนั้นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและเติบโตได้ในยุคนี้ จึงต้องเป็นธุรกิจที่มีการวางแผนที่ยืดหยุ่น คือสามารถวางแผนและปรับเปลี่ยนแผนใหม่เพื่อให้ก้าวหน้าและตามทันโลกได้ตลอดเวลา

3. การหาพันธมิตร เป็นการปรับตัวโดยเปลี่ยนโครงสร้างขององค์การขนาดใหญ่เป็นเรื่องที่ไม่ง่าย เพราะต้องใช้เงินลงทุนและรับความเสี่ยงสูง มีองค์การใหญ่หลายแห่งทั่วโลกที่ตัดสินใจใช้วิธีนี้แล้วล้มครืนลง ดังนั้น การหาพันธมิตรเข้ามาช่วยโดยหาองค์การขนาดเล็กที่ทันสมัยและมีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกันหรือองค์การที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะมาช่วยส่งเสริมธุรกิจของคุณก็ถือเป็นวิธีหนึ่งในการปรับตัว

4. การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาปรับใช้ ก่อนจะนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ต้องมีความเข้าใจและรู้ว่าจะนำเทคโนโลยีอะไรมาเพื่อพัฒนาสิ่งใดในองค์การ เพื่อให้สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมและตรงเป้าหมาย เห็นได้จากแต่เดิมการโอนเงินจะต้องใช้เวลาในการต่อคิว กว่าจะได้โอนเงินต้องใช้เวลากว่า 30 นาที แต่ปัจจุบันนี้มี Application ช่วยให้โอนเงิน และทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ภายในเวลาไม่ถึง 1 นาที หรือในอดีตเวลาจะจองโรงแรมในต่างประเทศแต่ละครั้งต้องหาชื่อในสมุดหน้าเหลือง จากนั้นก็ต้องโทรไปจอง กว่าจะได้โรงแรมก็หมดเวลาไป 3 วัน เมื่อยุคดิจิทัลเข้ามาแทนมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้ผู้บริโภคได้เลือกมากขึ้น เช่น Agoda.com Booking.com hotels.com tripadvisor.com รวมทั้ง Trivago และสารพัด Application ในการจองโรงแรมทุกอย่างทำให้ดูง่ายดาย เพียงคลิก จอง จ่าย ผู้บริโภคก็จะได้โรงแรมที่ชอบภายในเวลาไม่กี่นาที โดยที่ไม่ต้องลงทุนสร้างอาณาจักรเหมือนธุรกิจรุ่นที่ผ่านมา

จึงเห็นได้ว่าโลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา หน้าที่หลักขององค์การขนาดใหญ่จึงต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีถูกนำมาช่วยทำงานในหลายๆ ด้าน เพื่อความอยู่รอดและเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดังนั้นผู้นำองค์การจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ก้าวหน้าเพื่อจะนำองค์การไปสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างมั่นคง เติบโตและได้กำไรตามที่ตั้งเป้าหมายไว้อย่างยั่งยืน

## 6. บทสรุป

การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตสื่อสารกับคนในองค์การ การปรับปรุงอีคอมเมิร์ซ การทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน การนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการทำงานและงานบริการ เป็นต้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลนี้เนื่องจากเทคโนโลยีต่าง ๆ ก้าวหน้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจและองค์การต้องปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดก่อนถูกทำลายไปอย่างเช่นหลาย ๆ ธุรกิจ รวมถึงโซเซียลมีเดียก็มีบทบาทและอิทธิพลที่สำคัญกับสังคมในยุคปัจจุบัน ซึ่งเราจะเห็นได้จากองค์การต่าง ๆ มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานในด้านต่าง ๆ ให้สะดวกรวดเร็ว ในการบริการและสามารถสื่อสารโดยตรงกับผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ทำให้การทำการตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งนวัตกรรมที่นำมาใช้ในยุคดิจิทัลนี้จะต้องสามารถสร้างการบริหารความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและลูกค้า (CRM) หรือที่เราทุกคนคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี คือ การตลาดผ่านสื่อโซเชียล (social media marketing)

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (1 กุมภาพันธ์ 2562). *กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://library.dip.go.th/Industrial%20Innovation/www/inno1-07.htm>
- ธีรกรณ์ วชิรมน. (8 กุมภาพันธ์ 2562). *องค์การใหญ่ปรับตัวอย่างไรให้อยู่รอดในยุคดิจิทัล*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/645281>
- บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2555). องค์การแห่งนวัตกรรม: การปรับตัวขององค์การภาครัฐในทศวรรษหน้า. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*. 2(15), 71-93.
- รวิภา ธรรมโชติ. (2558). นวัตกรรมกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์. *วารสารนวัตกรรมการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 3(1), 70-84.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. NY : Routledge.
- Kline, S. J., & Rosenberg, N. (2010). *An overview of innovation*. NY : Routledge.
- Nelson, R. R. (2013). *National Innovation Systems: It is*. NY : Routledge.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. NY : Free Press.
- Von Hippel, E. (2005). *Democratizing innovation*. Cambridge : MIT press.