

การจัดการนวัตกรรม
**INNOVATION
MANAGEMENT**



สุชาติ ไตรภพสกุล
ชาคริต พิษญาังกูร

สารบัญ

หน้า

คำนำ

ส่วนที่ 1	ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรม	1
บทที่ 1	แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	3
1.1	วัตถุประสงค์.....	4
1.2	ความเป็นมาของนวัตกรรม.....	4
1.3	นิยามและความหมายของนวัตกรรม.....	5
1.4	ความสำคัญของนวัตกรรมกับการประกอบการ.....	9
1.5	นวัตกรรมกับการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ	12
1.6	นวัตกรรมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	15
1.7	สรุปท้ายบท.....	16
1.8	รายการอ้างอิง.....	17
1.9	คำถามท้ายบท.....	18
บทที่ 2	ประเภทของนวัตกรรม	21
2.1	วัตถุประสงค์.....	22
2.2	การแบ่งประเภทของนวัตกรรม.....	22
2.3	มุมมองของนวัตกรรมจากด้านเทคโนโลยี.....	31
2.4	มุมมองของนวัตกรรมจากด้านการตลาด.....	40
2.5	ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีและตลาด.....	49
2.6	สรุปท้ายบท.....	55
2.7	รายการอ้างอิง.....	56
2.8	คำถามท้ายบท.....	57
บทที่ 3	แหล่งที่มาของนวัตกรรม.....	59
3.1	วัตถุประสงค์.....	60
3.2	แหล่งที่มาของนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ.....	60
3.3	สรุปท้ายบท.....	75
3.4	รายการอ้างอิง.....	75
3.5	คำถามท้ายบท.....	76

ส่วนที่ 2	พัฒนาการของนวัตกรรม.....	79
บทที่ 4	ทฤษฎีนวัตกรรม.....	81
	4.1 วัตถุประสงค์.....	82
	4.2 ทฤษฎีนวัตกรรม.....	82
	4.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation).....	87
	4.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation).....	88
	4.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมบริการ (Service Innovation).....	91
	4.6 ทฤษฎีวงจรชีวิต (Life Cycle Theory).....	92
	4.7 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมรูปแบบอื่น ๆ.....	104
	4.8 สรุปท้ายบท.....	108
	4.9 รายการอ้างอิง.....	108
	4.10 คำถามท้ายบท.....	110
บทที่ 5	กลยุทธ์นวัตกรรม.....	113
	5.1 วัตถุประสงค์.....	114
	5.2 กลยุทธ์นวัตกรรมประเภทต่าง ๆ.....	114
	5.3 กลยุทธ์นวัตกรรมเปรียบเทียบเทคโนโลยีและตลาด.....	115
	5.4 กลยุทธ์เตรียมรับการเปลี่ยนแปลง.....	117
	5.5 กลยุทธ์นวัตกรรมในบริบทของการบริหารจัดการ.....	119
	5.6 การวิเคราะห์เทคโนโลยีและความสามารถในการแข่งขัน.....	121
	5.7 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก.....	127
	5.8 กลยุทธ์การผสมธุรกิจข้ามสายพันธุ์.....	128
	5.9 สรุปท้ายบท.....	129
	5.10 รายการอ้างอิง.....	130
	5.11 คำถามท้ายบท.....	132
ส่วนที่ 3	การจัดการนวัตกรรม.....	135
บทที่ 6	ความรู้พื้นฐานทรัพย์สินทางปัญญา.....	139
	6.1 วัตถุประสงค์.....	140
	6.2 ที่มาของทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่าง ๆ.....	140
	6.3 ทรัพย์สินทางปัญญาคืออะไร.....	142

6.4	ทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่าง ๆ	143
6.5	ข้อมูลการเปรียบเทียบทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่าง ๆ.....	146
6.6	สรุปท้ายบท.....	159
6.7	รายการอ้างอิง.....	160
6.8	คำถามท้ายบท.....	161
บทที่ 7	กระบวนการสร้างนวัตกรรม	165
7.1	วัตถุประสงค์.....	166
7.2	ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking).....	166
7.3	องค์ประกอบสำคัญของความคิดสร้างสรรค์.....	167
7.4	ประเภทของความคิดสร้างสรรค์	170
7.5	กระบวนการสร้างความคิดสร้างสรรค์.....	172
7.6	ความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองที่แตกต่าง	174
7.7	ฐานวิทยาชิงสร้างสรรค์และงานนวัตกรรม	177
7.8	กระบวนการสร้างนวัตกรรม.....	186
7.9	นวัตกรรมแบบเปิดหรือนวัตกรรมแบบปิด	193
7.10	กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ / บริการใหม่	195
7.11	สรุปท้ายบท	219
7.12	รายการอ้างอิง.....	220
7.13	คำถามท้ายบท	224
บทที่ 8	การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร	225
8.1	วัตถุประสงค์.....	226
8.2	การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร.....	226
8.3	ทำไมต้องมีวัฒนธรรมการส่งเสริมนวัตกรรม	226
8.4	วัฒนธรรมส่งเสริมนวัตกรรมทำอย่างไร.....	227
8.5	กลุ่มคนสำคัญในการดำเนินการนวัตกรรมในองค์กร	232
8.6	สรุปท้ายบท.....	234
8.7	รายการอ้างอิง.....	235
8.8	คำถามท้ายบท.....	237

บทที่ 9	ระบบนวัตกรรม	239
9.1	วัตถุประสงค์.....	240
9.2	ระบบนวัตกรรม	240
9.3	ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation System: NIS).....	241
9.4	ระบบนวัตกรรมระดับนานาชาติ	242
9.5	ระบบนวัตกรรมของประเทศไทย	246
9.6	ดัชนีชี้วัดด้านนวัตกรรม.....	249
9.7	การวางตำแหน่งตัวเองในตลาด.....	253
9.8	สรุปท้ายบท.....	258
9.9	รายการอ้างอิง.....	259
9.10	คำถามท้ายบท.....	262
ดัชนี.....		265
ประวัติผู้เขียน.....		269