



คู่มือการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์



คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

คำนำ

การพัฒนางานวิจัยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์ความรู้ สิ่งประดิษฐ์ ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือต่อยอดจากงานวิจัยเดิม พัฒนาจนเกิดเป็นองค์ความรู้ งานวิจัย หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นที่ยอมรับของสังคม ตอบสนองความต้องการของตลาด นำไปสู่การพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

คณะกรรมการจัดการองค์ความรู้ คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ จึงได้เล็งเห็นถึงความก้าวหน้าของการพัฒนางานวิจัยในอีกระดับหนึ่ง จึงได้จัดทำคู่มือการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ขึ้น จากการสังเคราะห์องค์ความรู้ในกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (KM) ภายใต้โครงการพัฒนาระบบการวางแผนและการประกันคุณภาพการศึกษา หัวข้อ “เส้นทางสู่การสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์” ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๕๙ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวคิด ขั้นตอน และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อให้คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจ ใช้เป็นแนวทางและแรงบันดาลใจในการพัฒนางานวิจัย เพื่อยกระดับของการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อีกรูปแบบหนึ่ง

คณะกรรมการฯ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา งานวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้อง หากคู่มือฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
หลักการและเหตุผล	๑
วัตถุประสงค์	๑
แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	๒
ขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	๒
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	๓
ตัวอย่างการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	๔

คู่มือการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

ดร.เศรษฐชัย ชัยสนิท (2553) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีการใหม่ๆ และยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กร ไม่ว่าจะการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาต่อยอด การเปลี่ยนแปลง การประยุกต์หรือกระบวนการ และในหลายสาขาเชื่อตรงกันว่า การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้น จะต้องมีความใหม่อย่างเห็นได้ชัด และความใหม่นั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าสิ่งต่างๆ ได้อีกด้วย โดยเป้าหมายของนวัตกรรมคือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นที่มาสำคัญของความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมของชาติ

Everette M. Rogers (1983) ได้ให้ความหมายของคำว่า (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือความคิด การกระทำ หรือสิ่งใหม่ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่นๆ ของการยอมรับในสังคม (Innovation is a new idea, practice or object, that is perceived as new by the individual or other unit of adoption)

กล่าวโดยสรุปแล้ว นวัตกรรม (Innovation) จึงหมายถึง แนวคิด หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่เกิดจากการคิดค้นขึ้นมาใหม่ หรือเกิดจากการพัฒนาความรู้เดิม ต่อยอดเป็นองค์ความรู้ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ได้รับการยอมรับในสังคม ซึ่งสามารถตอบโจทย์การนำไปใช้ประโยชน์ให้แก่ชุมชน สังคม ตลอดจนประเทศไทย หรือต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลที่สูงขึ้น

การวิจัยเพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรม จึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่นักวิจัยควรคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเป็นการต่อยอดผลงานวิจัย เพื่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นแล้ว ยังเป็นการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับชาติ และ/หรือ นานาชาติได้ อีกทั้งนวัตกรรมที่ได้จากการต่อยอดงานวิจัย ยังสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน นำไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนได้อีกทางหนึ่ง

คณะกรรมการจัดการองค์ความรู้ คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ จึงได้จัดทำคู่มือการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ จากการระดมความคิดในกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (KM) หัวข้อ เส้นทางสู่การสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2559 เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ทราบถึงขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัยที่สามารถเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่ออธิบายขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์
2. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้คณาจารย์พัฒนางานวิจัย สู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์มากขึ้น

แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

1. การสร้างนวัตกรรม ต้องทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ มีมูลค่าที่สูงขึ้น และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ดียิ่งขึ้น
2. การสร้างนวัตกรรม นอกจากจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์แล้ว ต้องสามารถย้อนกลับมาสู่การพัฒนาชุมชนได้

ขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

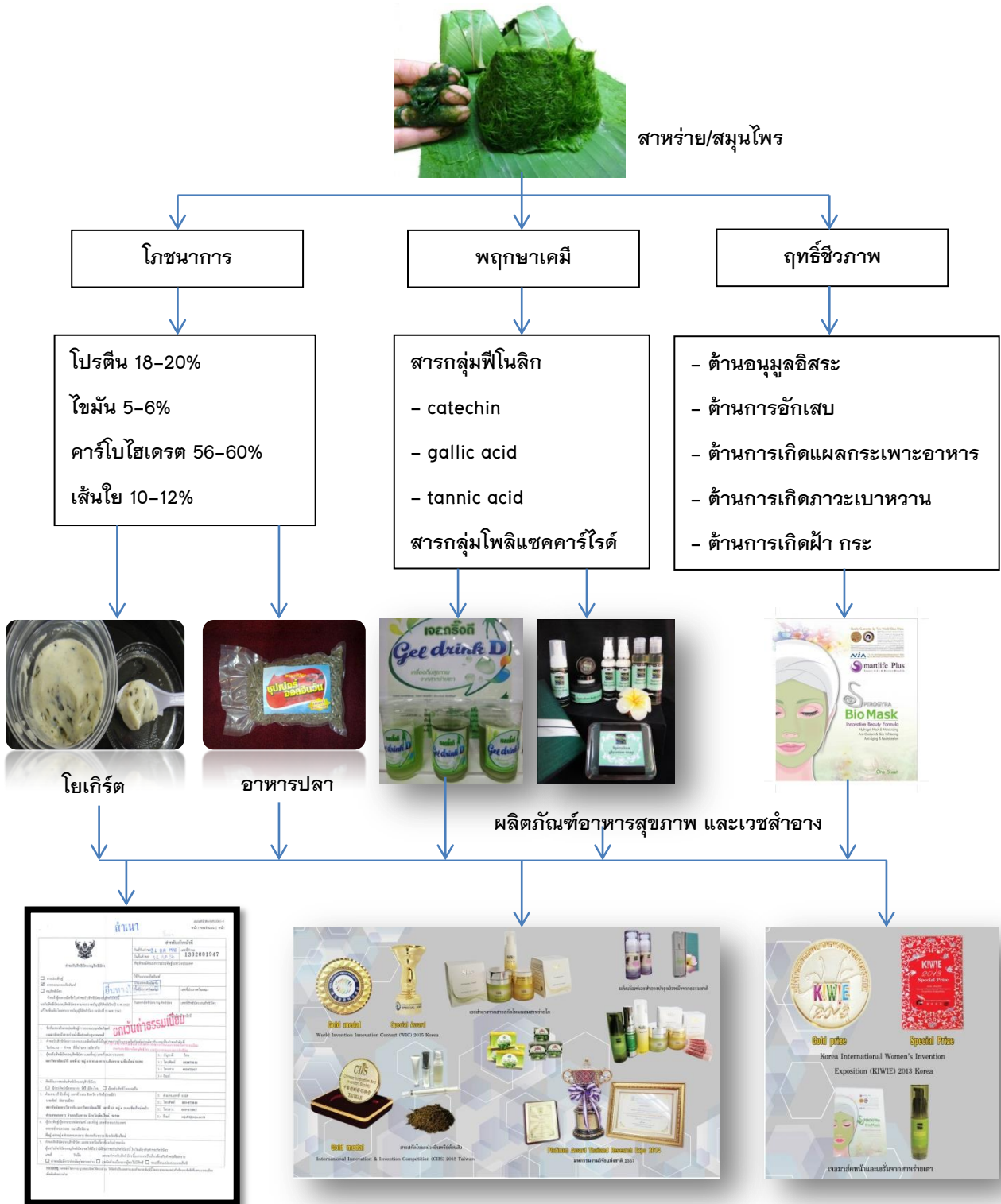
การสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัย เพื่อเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ มีรายละเอียดของวิธีดำเนินการ ดังนี้

1. จุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัย สามารถทำได้ 2 กรณี คือ
 - การพัฒนาโจทย์วิจัย เป็นการริเริ่มการทำวิจัย โดยการศึกษาจากสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาด / ชุมชน / สังคม และสามารถตอบโจทย์ของการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเกิดประสิทธิผลสูงสุด
 - การต่อยอดงานวิจัย เป็นการพัฒนางานวิจัยเดิม โดยผู้วิจัยต้องทำการศึกษา ค้นคว้า และนำองค์ความรู้ การทดลอง รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการพัฒนา จนเกิดเป็นองค์ความรู้ งานวิจัย หรือนวัตกรรมชิ้นใหม่ที่มีความทันสมัย สามารถเพิ่มมูลค่าของชิ้นงาน นำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. สสำรวจความเป็นไปได้ และวิเคราะห์ความต้องการของตลาด
3. ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง และทดสอบการใช้งานในนวัตกรรมใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยให้มีรูปแบบที่กลมกลืน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความทันสมัย และสามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้
5. ดำเนินการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์ หรือวิธีการที่หน่วยงานให้การรับรองกำหนด เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การเป็นที่ยอมรับของตลาดในวงกว้าง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

1. ผู้วิจัยต้องมีความใฝ่รู้ คิดนอกกรอบ และสามารถนำองค์ความรู้ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเดิม เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ หรือนวัตกรรมที่มีคุณภาพ และมีมูลค่าที่สูงขึ้น
2. ผู้วิจัยต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ตอบสนองความต้องการของตลาดได้
3. ผู้วิจัยต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ
4. นำผลงานนวัตกรรมที่ได้พัฒนาขึ้น เข้าร่วมประกวดในเวทีต่างๆ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เพื่อให้นวัตกรรมดังกล่าว เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับยิ่งขึ้น
5. เครือข่ายการพัฒนางานวิจัยสู่การเป็นนวัตกรรม เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ จากเครือข่ายมาพัฒนาผลงาน ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่มีคุณภาพแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้การพัฒนาผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
6. สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ครอบครัว และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นส่วนเสริมที่ทำให้ผู้วิจัยมีแรงผลักดัน และมีกำลังใจ เพื่อที่จะพัฒนานวัตกรรมให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ตัวอย่างการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์



แหล่งที่มา : วิจัยและนวัตกรรม ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงพร อมรเลิศพิศาล
คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้