

New Media

ต้นกำเนิดนวัตกรรม (1)



แค่ตั้งคำถาม
ก็เปลี่ยนโลกได้
28

ต้นกำเนิดนวัตกรรม (1)
แค่ตั้งคำถามก็เปลี่ยนโลกได้



Marketing hub

วรวิสุทธิ์ ภิญญายง
ที่ปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์
Twitter : @worawisut
Facebook : facebook.com/MktHub

เมื่อสุดสัปดาห์ผมได้มีโอกาสอ่านหนังสือเล่มหนึ่งชื่อว่า "The Innovators DNA" ของกูรูชื่อดังก้องโลกด้านนวัตกรรมและผู้ให้กำเนิดทฤษฎี "Disruptive Innovation" อย่าง ?ศาสตราจารย์เคลย์ตัน เอ็ม คริสเตียนเซน แห่ง Harvard Business School พบว่ามีหลายประเด็นที่น่าสนใจและน่าจะหยิบยกมาฝากท่านผู้อ่านคอลัมน์นี้

หนังสือเล่มนี้ เขียนโดยมีพื้นฐานมาจากงานวิจัยของศาสตราจารย์เคลย์ตัน ที่ต้องการค้นหาว่า แท้จริงแล้วต้นกำเนิดของนวัตกรรมต่างๆ นั้น มาจากคนประเภทไหน มีบุคลิก ลักษณะนิสัยเป็นอย่างไร และเขาเหล่านั้น แตกต่างจากบุคคลธรรมดาเช่นไร

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำแบบสอบถาม จากกลุ่ม "นวัตกร" (Innovator) กว่า 500 คน และจากผู้บริหารระดับสูงมากกว่า 5 พันคนจาก 75 ประเทศทั่วโลก เพื่อกลั่นกรองหาคุณสมบัติร่วมของผู้ให้กำเนิดนวัตกรรม

ก่อนจะไปถึงคุณสมบัติที่ว่า มาลองดูคร่าวงาน

วิจัยนี้มีประเด็นอะไรน่าสนใจบ้าง
ประเด็นแรก ที่โดดเด่น ที่มีความคิดในทีม ซึ่งเมื่อปกติที่ทีมผู้บริหาร การบริหาร จะไม่นวัตกรรมอะไรออก เพราะถนัดแต่

สนใจบ้าง

บริษัทที่มั่นนวัตกรรม ผู้บริหารจะต้องมี สร้างสรรค์สูงอยู่ เทียบกับบริษัท เก่งแต่เฉพาะด้าน สามารถสร้างสรรค์ มาได้เลย



ปีแอร์ โอลิมเปียรี



ไมค์ ลาซาริตติส

ทำงาน) และ
ขององค์กร) โดย
พนักงานจะต้อง
ผ่านการฝึกอบรม
เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง ทักษะ
ความคิดสร้างสรรค์ จึงจะมีโอกาส
ก่อกำเนิดขึ้นมา

ที่น่าสนใจ คือ ในการวิจัย ได้ตั้งคำถามไปยัง
ผู้บริหารระดับสูงทั้งหลายว่า “ทำอะไรพนักงาน
จะเกิดความคิดสร้างสรรค์” ท่านผู้บริหารส่วนใหญ่
ก็จะตอบกลับมาว่า ให้พนักงานหัด “คิดนอก
กรอบ” ? (Think out of the box) กันเกือบหมด ซึ่งเป็น
คำตอบที่พนักงานบริษัทหลายๆ คน ได้รับจากผู้บริหารของ
ตัวเอง

และเมื่อถามวิจัยตามต่อไปว่า “ทำอะไรจึงจะคิด
นอกกรอบได้” พบว่าท่านผู้บริหารกว่า 5 พันคนทั่วโลก
นี้ แทบจะส่งกระดาษเปล่า ไม่มีใครสามารถตอบได้ และ
มีจำนวนหนึ่ง ตอบกลับมาเพียงคำว่า “Be creative”
เท่านั้น

นั่นหมายความว่า ผู้บริหารระดับสูงทั้งหลาย
ขาดความเข้าใจ ขาดทักษะในเรื่องของการใช้ความ
คิดสร้างสรรค์ ไม่สามารถบอกพนักงานของตัวเองได้
ว่า จะสร้างความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ให้แก่พนักงาน
ในองค์กร ทำอย่างไร กลายเป็นคำพูดที่พูดลอยๆ
เหมือนกันหมดทั้งโลกว่า oThink out of the box
ย้อนกลับไปเมื่อปี 1977 การตั้งคำถามของ

การ “Execution”
งานให้สำเร็จตาม
เป้าหมายที่ได้รับ
และไม่เพียงแค
ผู้บริหารเท่านั้นที่
ต้องมีความคิด
สร้างสรรค์ที่ดี แต่
ปัจจัยในองค์กร จะ
ต้องเอื้ออำนวยให้เกิด
ความคิดสร้างสรรค์
ผ่านการพัฒนาใน
3 แกนหลัก คือ
People (คน)
Process (ขั้น
ตอนการ

Philosophies (ปรัชญา



สตีฟ จ๊อบส์

สตีฟ จ๊อบส์ ว่า “ทำไมคอมพิวเตอร์ต้องมีพัดลม” (เพื่อ
ระบายความร้อนที่สร้างขึ้นมาจากอุปกรณ์ภายใน
คอมพิวเตอร์และระบบจ่ายไฟ) และ

“เราสามารถทำให้คอมพิวเตอร์เย็นโดย
ไม่ต้องใช้พัดลมได้หรือไม่” ซึ่งมาจาก
สาเหตุเพียงเพราะจ๊อบส์รู้สึกว่าการ
ของพัดลมในคอมพิวเตอร์ทำให้เขาเสีย
สมาธิ

จ๊อบส์จึงหาคำถามที่จะมาออกแบบระบบ
จ่ายไฟ (Power Supply) แบบ
ใหม่ ที่สร้างความร้อนน้อยลง
และทั้งการออกแบบระบบ
จ่ายไฟแบบเดิมๆ ที่ใช้กัน
มานานถึง 40 ปีไป ทำ
ให้แอปเปิ้ล ทุ เป็น
คอมพิวเตอร์ตัวแรก
ของโลกที่ไม่มีพัดลม
ระบายความร้อน
และกลายเป็นพีซีที่
เงียบ และเล็กที่สุด
ในยุคนั้น

“การตั้งคำถาม”

(Questioning) เพื่อนำไปสู่การ
เปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
เป็นคุณสมบัติแรกที่มีอยู่ในผู้ให้

กำเนิดนวัตกรรมเกือบทุกคนที่อยู่
ในงานวิจัย เช่น ปีแอร์ โอมิตยาร์ ผู้ก่อตั้งอ็อบี มีคะแนน
การตั้งคำถามสูงถึง 95% หรือจะเป็น ไมค์ ลาซาริตติส ซีอีโอ
ของริม ผู้ผลิตแบล็คเบอร์รี่ก็เป็นคนที่มีทักษะการตั้งคำถาม
สูงถึง 96% เมื่อเทียบกับผู้บริหารทั่วๆ ไปที่มีทักษะการตั้ง
คำถามเฉลี่ยอยู่ที่ 40%

การตั้งคำถามเป็นทักษะง่ายๆ อย่างแรกที่จะช่วย
ให้คนเราคิดต่างไปจากเดิม เพราะคำถามที่ดี จะนำไป
สู่คำตอบที่ใช่ ดังเช่นทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ที่มีผลการ
ทดลอง พิสูจน์สมมติฐาน จนนำไปสู่ความก้าวหน้าทาง
เทคโนโลยีต่างๆ มากมาย

สัปดาห์หน้า เรามาดูประเด็นที่น่าสนใจอื่นๆ ของ
หนังสือเล่มนี้ครับ

ติดตามอัปเดตใหม่ๆ เรื่องการตลาดและโซเชียลมีเดีย
ได้ที่ www.facebook.com/MktHub และทวิตเตอร์
[@worawisut](https://twitter.com/worawisut) นะครับ