

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โครงสร้างเศรษฐกิจโลกได้เปลี่ยนผ่านจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมดั้งเดิมไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งให้ความสำคัญกับทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) นวัตกรรม (Innovation) และเทคโนโลยีขั้นสูงในฐานะปัจจัยหลักของการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ประเทศจีนในฐานะมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่กำลังปรับเปลี่ยนรูปแบบการเติบโตจาก “ปริมาณ” สู่ “คุณภาพ” จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ระดับชาติที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงอย่างเป็นระบบ ทั้งในมิติการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนสตาร์ทอัพเทคโนโลยี การสร้างเขตอุตสาหกรรมไฮเทค และการผลักดันนโยบาย “Made in China 2025” ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนจะเติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทเพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจระดับชาติ แต่ในเชิงคุณภาพยังคงเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างหลายประการ ได้แก่ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมต้นน้ำ (Original Innovation Capability) การเปลี่ยนผ่านผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercialization Efficiency) การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และการสร้างภาพลักษณ์นวัตกรรมในเวทีระหว่างประเทศ ปัญหาเหล่านี้มิได้เป็นเพียงข้อจำกัดทางเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังสะท้อนถึงข้อจำกัดด้าน “ระบบการสื่อสารนวัตกรรม” (Innovation Communication System) ภายในและภายนอกองค์กร

ตามข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติเศรษฐกิจจีน (GDP) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงสิบปีที่ผ่านมา โดยในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่าประมาณ 101.6 ล้านล้านหยวน (หรือราว 15.42 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีราว 10% ซึ่งสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่นอย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ของจีนก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสัดส่วนต่อ GDP ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาสูงใกล้เคียง 2.5% ข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนถึงแนวโน้มการเติบโตโดยรวมของเศรษฐกิจจีน แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่รัฐให้กับวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว จะพบว่าวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนยังคงมีช่องว่างในด้านการยื่นขอสิทธิบัตรทั้งในและต่างประเทศ การสะสมบุคลากรระดับสูง และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์และสังคมสารสนเทศ รูปแบบการพัฒนาและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ในปี ค.ศ. 2019 ประเทศจีนมีวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจำนวนทั้งสิ้น 226,700 แห่ง โดยกลุ่มที่มากที่สุดคืออุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งมีจำนวน 93,900 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 41.41 ของทั้งหมด รองลงมาคือกลุ่มวิสาหกิจด้านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และบริการทางเทคนิคจำนวน 66,600 แห่ง และกลุ่มการ

สื่อสารข้อมูล ซอฟต์แวร์ และบริการเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 28,600 แห่ง ทั้งสามกลุ่มนี้รวมกันมีสัดส่วนถึงร้อยละ 83.35 ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งหมด ขณะที่อุตสาหกรรมอื่น ๆ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 16.65 ในปีเดียวกัน มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนขยายตัวร้อยละ 8.8 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ขึ้นไปถึง 3.1 จุดเปอร์เซ็นต์ นับตั้งแต่การประชุมสมัชชาใหญ่พรรคคอมมิวนิสต์จีนครั้งที่ 18 เป็นต้นมา อัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงในแต่ละปีล้วนสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่โดยรวม อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการยกระดับโครงสร้างอุตสาหกรรมของจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิต การวิจัยทางวิทยาศาสตร์และบริการเทคนิค ตลอดจนการสื่อสารข้อมูล ซอฟต์แวร์ และบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาของอุตสาหกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของจีน แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพสูงอีกด้วย ภายใต้ “ภาวะปกติใหม่” หลังการแพร่ระบาดของโรค การแข่งขันระหว่างวิสาหกิจมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ยุทธศาสตร์การสื่อสารด้านนวัตกรรมกลายเป็นปัจจัยชี้ขาดต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง

แม้ว่างานวิจัยทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นไปที่ประเด็นด้านการบริหารจัดการองค์กร โครงสร้างภายใน หรือการทำตลาด ขณะที่การศึกษาซึ่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงนวัตกรรมภายใต้บริบทของวัฒนธรรมและสถาบันทางสังคมของจีนนั้นยังคงมีอยู่อย่างจำกัด ทั้งนี้ จีนกำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและการยกระดับอุตสาหกรรม ซึ่งวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงถือเป็นพลังขับเคลื่อนหลัก การสำรวจและทำความเข้าใจปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจเหล่านี้ ไม่เพียงจะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาที่มีคุณภาพสูงขึ้น แต่ยังเอื้อต่อการกำหนดนโยบายอุตสาหกรรมของภาครัฐให้มีความเป็นวิทยาศาสตร์และประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย ความสนใจในการวิจัยของข้าพเจ้า มุ่งเน้นไปที่การจัดการด้านการสื่อสารนวัตกรรม โดยตระหนักถึงบทบาทสำคัญของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและความก้าวหน้าทางสังคม การยกระดับขีดความสามารถด้านการสื่อสารนวัตกรรมของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ไม่เพียงเป็นเส้นทางที่จำเป็นสำหรับการก้าวสู่มาตรฐานระดับโลกขององค์กรเหล่านี้ หากยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพสูงของประเทศ ภายใต้บริบทดังกล่าว ข้าพเจ้าจึงเลือกศึกษาการประยุกต์ใช้และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนวัตกรรมในวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน โดยมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ที่มีอยู่ และเพื่อมอบการสนับสนุนทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติให้แก่ภาครัฐและภาครัฐในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงประจักษ์ โดยดำเนินการสำรวจด้วยแบบสอบถามในกลุ่มวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติ SPSS 26.0 เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการสื่อสารนวัตกรรมขององค์กรเหล่านี้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ทั้งการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำความเข้าใจสภาพ

ปัจจุบันและความท้าทายที่วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนเผชิญอยู่ จากนั้นจึงเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการยกระดับขีดความสามารถด้านการสื่อสารนวัตกรรมขององค์กร

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนมีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในการขับเคลื่อนการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการสร้างควมมีชีวิตชีวาด้านนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว จีนยังคงมีช่องว่างอย่างชัดเจนในด้านการยื่นจดสิทธิบัตร การสะสมบุคลากรระดับสูง และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลก ภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจฐานความรู้ ความสามารถในการสื่อสารนวัตกรรมจึงมิได้เป็นเพียงแรงขับเคลื่อนหลักของการพัฒนาองค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ ดังนั้นการศึกษาวิจัย กลยุทธ์การใช้นวัตกรรมสื่อสารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในประเทศจีน จึงไม่เพียงมีคุณูปการในเชิงทฤษฎี แต่ยังมีนัยสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติ และการกำหนดนโยบาย ทั้งนี้ยังเอื้อต่อการผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพสูงของจีนให้ก้าวหน้าไปอีกขั้น ซึ่งนับเป็นแรงจูงใจและวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมิได้มุ่งเพียงอธิบายสถานการณ์ปัจจุบันของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง หากแต่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนา “กรอบการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม” ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้จริง และมีศักยภาพในการผลักดันการพัฒนาเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมของจีนในระยะยาว

1.2 คำถามการวิจัย

- 1) กลยุทธ์การใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีนเป็นอย่างไร
- 2) กระบวนการสื่อสารในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีนเป็นอย่างไร
- 3) แบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีนเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

จากปัญหาการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น วัตถุประสงค์ของการวิจัยฉบับนี้มีดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีน
- 2) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีน
- 3) เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศจีน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบเวลาไว้ภายในระยะเวลา 3 ปี โดยแบ่งช่วงเวลาออกเป็นลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ปีที่ 1 ระยะเตรียมการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรม ในปีแรกของการดำเนินการวิจัย จะมุ่งเน้นไปที่การเตรียมความพร้อมเชิงวิชาการและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้ง เพื่อตระหนักถึงความก้าวหน้าล่าสุดและสภาพปัจจุบันของงานวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ตลอดจนการรวบรวมและจัดหมวดหมู่ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างฐานความรู้ที่มั่นคงสำหรับการดำเนินการวิจัยในระยะถัดไป

ปีที่ 2 ระยะการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ ในปีที่สองของการวิจัย จะมุ่งเน้นไปที่การออกแบบเครื่องมือวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยจะดำเนินการออกแบบและจัดทำแบบสอบถามสำหรับวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติ เช่น SPSS โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำความเข้าใจและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะด้านการจัดการนวัตกรรมเชิงอิสระ กับ ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ของวิสาหกิจ

ปีที่ 3 ระยะการสร้างแบบจำลองและการเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ ในปีที่สามของการวิจัย จะมุ่งเน้นไปที่การสร้างแบบจำลองและการเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ โดยใช้วิธีการ การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Evaluation Method) ควบคู่กับ การอธิบายเชิงทฤษฎี (Theoretical Deduction) เพื่อสร้างแบบจำลองด้านการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ ที่เหมาะสม พร้อมทั้งเสนอแนะทางการยกระดับสมรรถนะการจัดการนวัตกรรมเชิงอิสระของวิสาหกิจ นอกจากนี้ จะใช้วิธีการ การวิจัยเชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษา (Comparative Case Study Research) เพื่อนำแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้จริงในสถานการณ์ขององค์กรต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และ ความเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติ (Practicality) ของแบบจำลองดังกล่าว

โดยสรุป ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่ กลยุทธ์การยกระดับขีดความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงอิสระของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็นหลายระยะ ได้แก่ การเตรียมการและการทบทวนวรรณกรรม การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการสร้างแบบจำลองและการเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อมุ่งทำความเข้าใจอย่างรอบด้านและลึกซึ้งต่อสถานการณ์ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเหล่านี้ ผลลัพธ์ของการวิจัยมีเป้าหมายเพื่อเสนอแนะแนวทางและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ อันจะช่วยเสริมสร้างสมรรถนะด้านนวัตกรรมและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดให้แก่วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่ในกรุงปักกิ่งประเทศจีน ซึ่งนับเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีความหนาแน่นของประชากรและการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงอยู่ในระดับสูงที่สุด กรุงปักกิ่งมีทั้ง

จำนวนวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจำนวนมากและทรัพยากรด้านนวัตกรรมที่อุดมสมบูรณ์ การดำเนินการสำรวจและวิจัยในพื้นที่นี้จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันของขีดความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงอิสระ ของวิสาหกิจ รวมทั้งแนวทางในการยกระดับศักยภาพดังกล่าวได้อย่างเป็นรูปธรรม อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะและแนวทางเชิงปฏิบัติที่สามารถใช้สนับสนุนการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4.3 ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน โดยเฉพาะองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมด้าน นวัตกรรมเชิงอิสระ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ บุคลากรในองค์กรที่มีความรู้ความเข้าใจและมีส่วนร่วมโดยตรงกับกิจกรรมการจัดการนวัตกรรม ได้แก่

- 1) ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร
- 2) ผู้จัดการหรือผู้รับผิดชอบด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D)
- 3) หัวหน้าฝ่ายเทคนิค
- 4) บุคลากรที่มีบทบาทในกระบวนการจัดการโครงการนวัตกรรม

บุคลากรกลุ่มนี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยจะสะท้อนข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับ สถานการณ์การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการดังกล่าว และความสัมพันธ์กับ ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Performance) ขององค์กร

1.4.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

เพื่อให้ครอบคลุมวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจากพื้นที่และอุตสาหกรรมที่หลากหลาย การวิจัยครั้งนี้วางแผนเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกรุงปักกิ่ง โดยจะมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากวิสาหกิจในหลายสาขา อาทิ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (IT & Communication Information) อุตสาหกรรมอวกาศ (Aerospace) อุตสาหกรรมเคมีและเภสัชกรรม (Chemical & Pharmaceutical Industry) ตลอดจนวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในสาขาอื่น ๆ โดยเฉพาะองค์กรที่ตั้งอยู่ใน เขตอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง (High-tech Industrial Parks) ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของทรัพยากรด้านนวัตกรรมและศักยภาพการแข่งขันในระดับสูง

1.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

การเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มดังกล่าวผ่านการสำรวจด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก จะช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนได้โดยตรง ข้อมูลและสารสนเทศเหล่านี้จะถูกนำมาใช้เพื่อ อธิบายสภาพปัจจุบัน วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพล เปิดเผยความสัมพันธ์เชิงเหตุผล และเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์เพื่อการยกระดับสมรรถนะด้านนวัตกรรม ของวิสาหกิจ อันจะเป็นแรงสนับสนุนสำคัญในการบรรลุวัตถุประสงค์และตอบ

คำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ ตลอดจนมีส่วนผลักดันการพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

1.4.6 การใช้ข้อมูลสำหรับการวิจัย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน จะถูกรวบรวมผ่านการสำรวจแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลเหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน วัตถุประสงค์และประเด็นการวิจัย โดยจะถูกนำมาใช้เพื่อ อธิบายและวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ระบุและตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพล เปิดเผยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง และเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์เพื่อการยกระดับสมรรถนะด้านนวัตกรรม ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในจีน อันจะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

1.4.7 ขอบเขตของเนื้อหา

ขอบเขตของเนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมประเด็นหลักดังต่อไปนี้

1) แนวคิดและความสำคัญของการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ ในส่วนนี้จะนำเสนอ คำนิยาม ลักษณะ และความสำคัญ ของการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ โดยอธิบายบทบาทของแต่ละองค์ประกอบต่อการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง ตลอดจนวิเคราะห์ถึงอิทธิพลที่มีต่อ ขีดความสามารถในการแข่งขัน และ ตำแหน่งทางการตลาด ขององค์กร การทำความเข้าใจประเด็นดังกล่าว ไม่เพียงช่วยให้เห็นภาพเชิงทฤษฎีที่ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่ยังเป็นพื้นฐานสำคัญในการอธิบายกลไกการขับเคลื่อนความก้าวหน้าของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงภายใต้บริบทการแข่งขันที่เข้มข้นทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

2) สถานการณ์ปัจจุบันของการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ในวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

ในส่วนนี้จะนำเสนอการวิเคราะห์เชิงประจักษ์และการประเมินจากข้อมูลเชิงสถิติ เพื่ออธิบายและประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ ภายในวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน โดยจะพิจารณาในมิติต่าง ๆ ได้แก่ การสร้างทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Creation) การถ่ายทอดและแปลงผลลัพธ์ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์ (Technology Transfer & Commercialization) รวมถึง การสร้างและพัฒนาทีมงานด้านนวัตกรรม (Innovation Team Building) ทั้งนี้ยังจะกล่าวถึงปัญหาและข้อจำกัดที่องค์กรเผชิญอยู่ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขันเชิงนวัตกรรม

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

ในส่วนนี้จะมุ่งวิเคราะห์และระบุ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบ ต่อการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และการกำหนดกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ปัจจัยดังกล่าวครอบคลุมทั้งมิติ วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ศักยภาพและคุณภาพของบุคลากร (Talent Team) สภาพแวดล้อมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Scientific & Technological Innovation Environment) ตลอดจน

การสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐ (Policy Support) การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้จะช่วยอธิบายกลไกที่เอื้อต่อหรือจำกัดความสามารถในการนำนวัตกรรมมาใช้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ ตลอดจนการสร้างกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม อันจะเป็นพื้นฐานในการเสนอแนวทางการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

4) ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์กับผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม

ในส่วนนี้จะมุ่งศึกษา ความสัมพันธ์ ระหว่างการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ กับ ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Performance) ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน โดยจะวิเคราะห์ถึงบทบาทของ การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management) ที่มีต่อ ผลลัพธ์ของนวัตกรรม เช่น การสร้างองค์ความรู้ใหม่ สิทธิบัตร หรือผลงานวิจัยเชิงพาณิชย์ ตลอดจนผลกระทบต่อนวัตกรรมทางการแข่งขันขององค์กรในตลาด การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยชี้ให้เห็นกลไกที่ขับเคลื่อนความสำเร็จของวิสาหกิจ แต่ยังเป็นฐานสำคัญสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งยกระดับสมรรถนะด้านนวัตกรรมและความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระยะยาว

5) กลยุทธ์การยกระดับขีดความสามารถด้านนวัตกรรม

โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยและประสบการณ์เชิงปฏิบัติ ส่วนนี้จะมุ่งออกแบบและนำเสนอ กลยุทธ์เพื่อการยกระดับขีดความสามารถด้านนวัตกรรม ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ครอบคลุมทั้งมิติ การปรับโครงสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพ (Organizational Structure Optimization) การสร้างและเสริมสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture Building) การพัฒนาและดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Cultivation and Attraction) ตลอดจน การสร้างความร่วมมือเชิงนวัตกรรม (Collaborative Innovation) กลยุทธ์เหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และการกำหนดกลยุทธ์เชิงนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเชิงนวัตกรรมและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพสูงของจีนในระยะยาว

6) การวิจัยเชิงกรณีศึกษา (Case Study)

ในส่วนนี้จะดำเนินการ วิจัยเชิงกรณีศึกษา โดยเลือกวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงที่ตั้งอยู่ในกรุงปักกิ่งมาเป็นกรณีตัวอย่าง เพื่อใช้ในการ ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของแบบจำลองการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ ที่ได้พัฒนาขึ้น นอกจากนี้ยังจะทำการ วิเคราะห์ความแตกต่างด้านศักยภาพนวัตกรรมระหว่างองค์กร ตลอดจนการสังเคราะห์ ประสบการณ์ความสำเร็จ (Best Practices) ของแต่ละองค์กร เพื่อนำมาเป็นบทเรียนและแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถขยายผลสู่การพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนในวงกว้าง

โดยสรุป งานวิจัยฉบับนี้จะมุ่งศึกษา การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน โดยครอบคลุมทั้งการอธิบายสถานการณ์ปัจจุบัน การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพล การสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการจัดการนวัตกรรมกับผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ตลอดจนการออกแบบกลยุทธ์เพื่อการยกระดับ ขณะเดียวกัน งานวิจัยยังใช้วิธีการ วิเคราะห์เชิงประจักษ์ (Empirical Analysis) และ การวิจัยเชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษา (Comparative Case Study Research) เพื่อสร้าง

มุมมองที่รอบด้านและลึกซึ้ง อันจะนำไปสู่การจัดทำ แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ สำหรับวิสาหกิจ เทคโนโลยีขั้นสูงของจีน เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และการกำหนดกลยุทธ์

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) การทำความเข้าใจกลยุทธ์การใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน การศึกษาประเด็นนี้มีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจแนวทางและกลยุทธ์ที่วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ใช้ในการ สร้างสรรค์และประยุกต์ใช้นวัตกรรม (Innovation Utilization Strategy) อันเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนการเติบโตและการพัฒนาขององค์กร ทั้งนี้ กลยุทธ์ดังกล่าวครอบคลุมมิติการ ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D Investment) การ ถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ผลลัพธ์ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Technology Transfer & Application) ตลอดจนการ บูรณาการนวัตกรรมเข้ากับการ บริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจ (Innovation-driven Management & Business Integration) การ ทำความเข้าใจกลยุทธ์เหล่านี้ไม่เพียงช่วยสะท้อนให้เห็น ศักยภาพและจุดแข็งของวิสาหกิจ แต่ยังช่วยให้ สามารถระบุ ข้อจำกัดและความท้าทาย ที่องค์กรเผชิญอยู่ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการออกแบบ แนว ทางการยกระดับขีดความสามารถด้านนวัตกรรม และการกำหนด นโยบายสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของจีนในระดับสากล

2) การทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

การศึกษาประเด็นนี้มีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจ กระบวนการสื่อสาร (Communication Process) ที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการใช้นวัตกรรม และการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร กระบวนการดังกล่าวสามารถอธิบายได้เป็นลำดับขั้น ได้แก่

2.1 การสร้างและพัฒนานวัตกรรม (Innovation Generation) — เกิดจากการวิจัย และพัฒนา (R&D) ภายในองค์กรหรือจากความร่วมมือกับภายนอก

2.2 การจัดการและบรรจุความรู้ (Knowledge Management & Packaging) — การ ปรับข้อมูลเชิงเทคนิคให้สื่อสารได้ง่ายและมีความเข้าใจร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2.3 การเผยแพร่สู่ภายนอก (External Diffusion) — ถ่ายทอดนวัตกรรมผ่านสื่อ การตลาด การประชาสัมพันธ์ แพลตฟอร์มดิจิทัล และเครือข่ายพันธมิตร

2.4 การยอมรับและการนำไปใช้ (Adoption & Implementation) — ผู้ใช้ภายนอก หรือพันธมิตรนำเทคโนโลยีไปใช้จริงและปรับให้เหมาะสมกับบริบทของตน

2.5 การสะท้อนกลับและการปรับปรุง (Feedback & Optimization) — การรวบรวม ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ และรูปแบบการสื่อสาร

2.6 การขยายผลและการสร้างเครือข่าย (Scaling & Networking) — การต่อยอด นวัตกรรมในวงกว้างและการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่ยั่งยืน

การทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารนี้จะช่วยอธิบายให้เห็นว่า การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อมูลเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่ยังเป็น กลไกเชิงกลยุทธ์ ที่เชื่อมโยงการวิจัย การตลาด การจัดการความรู้ และการสร้างความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูงของจีนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

3) การทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูงของจีน

การวิจัยในประเด็นนี้มุ่งศึกษาว่า วิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูงของจีนใช้รูปแบบการสื่อสาร (Communication Forms) ไต่บ้างเพื่อสนับสนุนการใช้นวัตกรรมและการดำเนินกลยุทธ์การพัฒนา โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้:

3.1 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication) การประชุมเชิงนวัตกรรม การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างทีม การฝึกอบรมบุคลากร และการใช้ระบบสารสนเทศภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประสานงาน

3.2 การสื่อสารภายนอก (External Communication) การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐ และสาธารณชน ผ่านการประชาสัมพันธ์ การรายงานประจำปี งานนิทรรศการเทคโนโลยี และสื่อดิจิทัล

3.3 การสื่อสารทางวิชาการและเทคโนโลยี (Academic & Technical Communication) การตีพิมพ์ผลงานวิจัยและสิทธิบัตร การเข้าร่วมการประชุมวิชาการ การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย

3.4 การสื่อสารเชิงดิจิทัลและนวัตกรรม (Digital & Innovative Communication) การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ Big Data และ AI เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การใช้ AR/VR ในการนำเสนอนวัตกรรม และการสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้

3.5 การสื่อสารระหว่างประเทศ (International Communication) การขยายการเผยแพร่ นวัตกรรมสู่ตลาดโลก การเข้าร่วมงานนานาชาติ เช่น CES หรือ Hannover Messe และการสร้างภาพลักษณ์องค์กรเทคโนโลยีจีนบนเวทีสากล

โดยสรุป รูปแบบการสื่อสารเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูงของจีนไม่ได้จำกัดการสื่อสารเพียงมิติเดียว แต่เป็นการบูรณาการ ภายใน-ภายนอก-วิชาการ-ดิจิทัล-ระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างทั้งการยอมรับนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

1.6 นิยามศัพท์

วิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูง หมายถึง องค์กรธุรกิจที่ดำเนินการวิจัยและพัฒนา (R&D) และการประยุกต์ใช้หรือถ่ายทอดเทคโนโลยีในสาขาเทคโนโลยีชั้นสูงที่อยู่ในกรอบการสนับสนุนเชิงยุทธศาสตร์ของภาครัฐ โดยมีการสร้างและครอบครอง ทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นของตนเอง กิจกรรมทางธุรกิจของวิสาหกิจประเภทนี้มีบทบาทสำคัญต่อการ ขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการ ปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้เหมาะสมและก้าวสู่การยกระดับ

นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการนำ ความคิด ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือวิธีการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติจริง โดยในทางธุรกิจ นวัตกรรมมักเกี่ยวข้องกับการนำ เทคโนโลยีใหม่ กระบวนการใหม่ หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ มาใช้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น หรือเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง การสร้างนวัตกรรมจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การสื่อสารและการพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่ใช้ สื่อและช่องทางที่หลากหลาย ในการถ่ายทอดและเผยแพร่ ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม องค์ความรู้ และข้อมูลข่าวสาร ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงไปสู่สาธารณชนอย่างกว้างขวาง เพื่อกระตุ้นให้เกิด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ในเชิงปฏิบัติและส่งเสริมการยกระดับโครงสร้างอุตสาหกรรม การสื่อสารในลักษณะนี้ไม่เพียงมีบทบาทในการสร้างการรับรู้และการยอมรับนวัตกรรม แต่ยังเป็น กลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการวิจัยทางวิทยาศาสตร์เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ หมายถึง แผนการหรือวิธีการเชิงองค์รวมที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายระยะยาว ขององค์กร ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์ครอบคลุมถึงการ จัดสรรทรัพยากร เวลา และบุคลากร อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission) ขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนา ช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและบรรลุการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี