

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในประเทศจีน” โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด/ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

2.1.2 แนวคิดการจัดการองค์กร

2.1.3 แนวคิดการสื่อสารองค์กร

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับ กลยุทธ์

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลอง

2.1.7 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน หรือที่มักเรียกว่า “วิสาหกิจไฮเทค” หมายถึง องค์กรธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมวิจัยและพัฒนา (R&D) และการแปลง/ถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องในสาขาเทคโนโลยีขั้นสูงที่รัฐให้การสนับสนุน จนสามารถสร้าง ทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นของตนเอง และใช้เป็นฐานในการผลิตและจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ รายได้จากกิจกรรมดังกล่าวต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่รัฐกำหนด วิสาหกิจประเภทนี้มีศักยภาพด้านนวัตกรรมทั้งในมิติของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบธุรกิจ มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ

เพื่อจูงใจและส่งเสริมการพัฒนาของวิสาหกิจไฮเทค รัฐบาลจีนได้จัดให้มี สิทธิประโยชน์ทางภาษี มาตรการทางการคลัง และมาตรการสนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การรับรองสถานะและการกำกับดูแลวิสาหกิจกลุ่มนี้โดยทั่วไปดำเนินการร่วมกันโดย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการคลัง และสำนักงานบริหารภาษีแห่งชาติของจีน โดยยึดตามระเบียบและมาตรฐานที่กำหนดร่วมกันในระดับชาติ.

2.1.1.1 แนวคิดของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

ภายในระบบเศรษฐกิจของจีน วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง มีสถานะสำคัญอย่างยิ่ง องค์กรดังกล่าวหมายถึงกิจการที่มีความได้เปรียบเด่นชัดด้านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี โดยทั่วไปกระจุกตัวอยู่ในสาขา ชีวเทคโนโลยี เทคโนโลยีสารสนเทศ วัสดุใหม่ พลังงานใหม่

การบินและอวกาศ และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (许玲玲 et al., 2021) เนื่องจากเป็นประเภทกิจการที่รัฐให้การสนับสนุนและผลักดันเป็นพิเศษ จึงได้รับ มาตรการส่งเสริมเชิงนโยบายและการสนับสนุนด้านเงินทุน เฉพาะทางด้วย

เพื่อให้ได้รับสถานะ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง องค์กรจำเป็นต้องผ่าน กระบวนการรับรองที่เข้มงวดหลายขั้นตอน ซึ่งรวมถึงข้อกำหนดสำคัญ เช่น การมี ทรัพย์สินทางปัญญา แกนหลักที่เป็นของตนเอง ศักยภาพด้าน การวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่เข้มแข็ง ตลอดจน ศักยภาพทาง การตลาด ในระดับที่เหมาะสม (常青, 2020) เมื่อผ่านการรับรองแล้ว องค์กรจะได้รับสิทธิประโยชน์ เชิงนโยบายหลายประการ อาทิ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต่ำกว่า และ การหักค่าใช้จ่ายด้านวิจัยและ พัฒนาในอัตราส่วนเพิ่ม เป็นต้น

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงมีลักษณะเด่นหลายประการ ประการแรก มักมี ศักยภาพด้านนวัตกรรมและขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) สูง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยีใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ประการที่สอง ด้วย ความเข้มข้นทางเทคโนโลยี และระดับความเป็น นวัตกรรมที่สูง องค์กรเหล่านี้จึงโดยทั่วไปมี ความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ สูง ประการที่ สาม ภายใต้ การสนับสนุนอย่างเข้มแข็งจากภาครัฐ และ การมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้นของตลาดทุน วิสาหกิจกลุ่มนี้จึงมักสามารถขยายตัวและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (曾婧婧 et al., 2019).

แม้ว่าวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจะมีศักยภาพในการพัฒนาและแนวโน้มทางการ ตลาดอย่างมหาศาล แต่อุตสาหกรรมประเภทนี้ก็มักเผชิญ ความเสี่ยงในระดับสูง องค์กรจำเป็นต้องใช้ เงินทุนเริ่มต้นจำนวนมาก ควบคู่กับ ระยะเวลาการวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่ยาวนาน อย่างไรก็ตาม เมื่อ ประสบความสำเร็จ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงสามารถสร้าง ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระดับสูงมาก และก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ได้รับความสนใจและดึงดูด การลงทุนจำนวน มาก (邵剑兵 & 吴珊, 2020).

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงกำลังเผชิญแนวโน้มการพัฒนาหลากหลายประการ ดังนี้

(1) ภายใต้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัจฉริยะ องค์กรเหล่านี้หันมาใช้เครื่องมืออย่างปัญญาประดิษฐ์ (AI) และบิ๊กดาต้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อยกระดับ ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

(2) กระแสโลกาภิวัตน์ผลักดันให้วิสาหกิจให้ความสำคัญกับตลาด ต่างประเทศและการขยายตัวในต่างแดนมากยิ่งขึ้น

(3) ท่ามกลางปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรง องค์กรจำนวน มากมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวและเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ (杨国超 & 芮萌, 2020).

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนถือเป็นเสาหลักสำคัญยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ วิสาหกิจเหล่านี้มิได้มีเพียงศักยภาพทาง

การตลาดอย่างมหาศาลในประเทศเท่านั้น หากยังมีโอกาสการเติบโตที่กว้างขวางในระดับโลกด้วย โดยทั่วไปเป็นกิจการที่มีลักษณะ เทคโนโลยีเข้มข้นทุนเข้มข้น และความรู้เข้มข้น โดดเด่นด้วย ศักยภาพด้านนวัตกรรม และ ชีตความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ที่สูง ภายได้แรงผลักดันจากการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงในระบบเศรษฐกิจจีนจะยิ่งปรากฏเด่นชัดมากขึ้น ขณะที่แนวโน้มการพัฒนามีทิศทางที่ชัดเจนและมีศักยภาพในการเติบโตต่อเนื่องอย่างน่าคาดหวัง

2.1.1.2 ความสำคัญของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน

วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนมีอิทธิพลอย่างยิ่งยวดต่อหลายมิติของประเทศ โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสถานะระหว่างประเทศ (邱洋冬 & 陶锋, 2021)

ในมิติทางเศรษฐกิจ ผลกระทบดังกล่าวสำคัญจนไม่อาจมองข้ามได้ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงโดยมากตั้งอยู่ ณ ส่วนบนของห่วงโซ่มูลค่า เป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีความเป็นนวัตกรรมเป็นหลัก (夏文飞 et al., 2020) คุณลักษณะนี้สะท้อนผ่านทั้ง ประสิทธิภาพการผลิตที่สูง และ ศักยภาพด้านนวัตกรรม ขององค์กร อันเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการยกระดับอุตสาหกรรมและการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เมื่อเศรษฐกิจเคลื่อนจากฐานแรงงานเข้มข้นไปสู่รูปแบบการพัฒนาที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและองค์ความรู้ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจึงทำหน้าที่เป็นทั้ง “สะพานเชื่อม” และ “เครื่องยนต์ขับเคลื่อน” ของกระบวนการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว

วิสาหกิจเหล่านี้มีผลงานโดดเด่นด้านการสร้างการจ้างงาน แม้เทคโนโลยีขั้นสูงบางประเภทอาจนำไปสู่การทำงานอัตโนมัติและการใช้แรงงานมนุษย์ที่ลดลง แต่โดยภาพรวมองค์กรกลุ่มนี้ยังคงสามารถสร้าง ตำแหน่งงานคุณภาพสูงจำนวนมาก (钱丽 et al., 2019) เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมดั้งเดิม วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงมีแนวโน้ม ดึงดูดบุคลากรทักษะขั้นสูงและมีศักยภาพด้านนวัตกรรมมากกว่า ส่งผลให้ตลาดแรงงานมีทางเลือกหลากหลายยิ่งขึ้น และเปิดโอกาสต่อการ ยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของสังคมโดยรวม (李健 et al., 2020)

ในมิติทางสังคม วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงมักทำหน้าที่เป็น ผู้บุกเบิกในการแก้ไข ปัญหาสังคมเชิงโครงสร้าง (盛宇华 & 朱赛林, 2020) ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีขั้นสูงถูกประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในด้านการแพทย์ การศึกษา และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ การตัดต่อยีน จนถึง การวินิจฉัยด้วยปัญญาประดิษฐ์ ตั้งแต่ การศึกษาออนไลน์ จนถึง พลังงานสะอาด เทคโนโลยีเหล่านี้ล้วนเปิดโอกาสใหม่ในการคลี่คลายปัญหาสังคม ดังนั้น วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจึงได้มีส่วนร่วมเฉพาะทาง เศรษฐกิจเท่านั้น หากยังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน ความก้าวหน้าทางสังคม และ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อีกด้วย

ในมุมมองระดับโลก วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับสถานะและอิทธิพลระหว่างประเทศ ของรัฐ องค์กรเหล่านี้มักทำหน้าที่เป็น ผู้เล่นหลักในการความร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนในเวทีระหว่างประเทศ และเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญต่อความก้าวหน้าทาง

วิทยาศาสตร์และการพัฒนาอุตสาหกรรม (王金涛 et al., 2019) ท่ามกลางการแข่งขันระหว่างประเทศ ที่ทวีความเข้มข้น วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงสามารถ สร้างและขยายภาพลักษณ์ของประเทศ (nation brand) และชื่อเสียงบนเวทีโลกได้ ผ่านการสร้างสรรคนวัตกรรมทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการ พัฒนาตลาดอย่างเป็นระบบ

ในมิติของตลาดการเงิน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากโดยทั่วไปมีศักยภาพในการทำกำไรและมีอัตราการเติบโตสูง จึงมักดึงดูดเงินลงทุนได้ง่ายกว่า (张娜 & 杜俊涛, 2019) ประเด็นดังกล่าวไม่เพียงเกื้อหนุนการพัฒนาของกิจการเอง หากยังช่วยกระตุ้น ความมีชีวิตชีวาของตลาดทุน และมอบโอกาสการลงทุนที่มีคุณภาพมากขึ้นแก่ผู้ลงทุนด้วย

วิทยาศาสตร์เหล่านี้มักมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับสถาบันอุดมศึกษาและ สถาบันวิจัย โดยให้การสนับสนุนด้านเงินทุนและจัดหาเวที/สถานการณ์การประยุกต์ใช้จริงสำหรับงานวิจัย อันเป็นแรงขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และเอื้อต่อการยกระดับขีด ความสามารถด้านนวัตกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศโดยรวม (刘和东 & 杨丽萍, 2020)

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนมีบทบาทและสถานะที่ขาดไม่ได้ในหลายมิติ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม การบ่มเพาะบุคลากร ศักยภาพอิทธิพลระหว่างประเทศ ตลาดการเงิน ตลอดจนความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เมื่อเศรษฐกิจจีนขยายตัวอย่าง ต่อเนื่องและกระบวนการโลกาภิวัตน์รุดคืบยิ่งขึ้น ความสำคัญของวิทยาศาสตร์กลุ่มนี้ยิ่งปรากฏเด่นชัด และ ผลกระทบกับคุณูปการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตก็จะทวีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้น ภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรตระหนักถึงความสำคัญของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงอย่างถ่องแท้ และมอบการ สนับสนุนที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการพัฒนาของวิทยาศาสตร์เหล่านี้

2.1.1.3 ความท้าทายที่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนเผชิญ

แม้ว่าวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แต่ก็ยังเผชิญกับความท้าทายหลากหลายประการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ พัฒนาการขององค์กรและขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาวในหลายมิติ (方伟 & 杨眉, 2020)

ความท้าทายด้านเงินทุนเป็นประเด็นที่เห็นได้ชัด วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูง โดยทั่วไปจำเป็นต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในระดับสูงเพื่อคงความได้เปรียบทางเทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขันของตลาด (严雯, 2020) อย่างไรก็ตาม วงจรการวิจัยที่ยาวนานและความไม่ แน่นนอนของผลตอบแทนจากการลงทุน ส่งผลให้หลายองค์กรเผชิญแรงกดดันอย่างมากต่อ สภาพคล่อง และห่วงโซ่เงินทุน โดยเฉพาะในกรณีของกิจการเกิดใหม่ (startups) การจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ ท่ามกลางสภาพการแข่งขันที่รุนแรงจึงกลายเป็นโจทย์สำคัญยิ่ง

ถัดมาคือ ความท้าทายด้านทรัพยากรมนุษย์ เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้า ความ ต้องการบุคลากรของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงก็เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทว่า บุคลากรวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีที่มีคุณวุฒิสสูง เป็นทรัพยากรที่หายาก ทั้งยากต่อการสรรหาและมี อัตราการเคลื่อนย้ายสูง

องค์กรจึงต้องแบกรับ ต้นทุนที่สูง เพื่อดึงดูดและธำรงรักษาบุคลากรไว้ แม้กระนั้นก็ยังยากจะหลีกเลี่ยง ความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรและการรั่วไหลของเทคโนโลยี (郑少波, 2021)

ความเร็วในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ ในภาคเทคโนโลยีขั้นสูง เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ปรากฏขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรจึงจำเป็นต้อง ปรับปรุงเทคโนโลยี และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ อย่างไม่หยุดยั้งเพื่อธำรงสถานะทางการตลาด ซึ่งมีได้ ต้องการเพียง เม็ดเงินลงทุนจำนวนมาก เท่านั้น แต่ยังคงอาศัย โครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นและมี ประสิทธิภาพ ตลอดจน กลไกการสร้างนวัตกรรม ที่ทำงานได้จริง (黄良炯, 2019) ดังนั้น การธำรง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึง เป็นโจทย์ที่วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงทุกแห่งหลีกเลี่ยงไม่ได้

การแข่งขันทางตลาดที่รุนแรงก็เป็นอีกความท้าทายสำคัญ ภายใต้กระบวนการ โลกาภิวัตน์ บริษัทข้ามชาติจำนวนมากได้เข้ามาแข่งขันในตลาดจีน ส่งผลให้วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของ ประเทศต้องเผชิญแรงกดดันเพิ่มขึ้น (陈建锋, 2019) องค์กรไม่เพียงต้องรับมือกับการแข่งขัน ภายในประเทศเท่านั้น หากยังต้องเผชิญความท้าทายในเวทีระหว่างประเทศหลายประการ อาทิ กำแพง ทางเทคโนโลยี การเข้าถึงตลาด และประเด็นทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

สภาพแวดล้อมด้านนโยบายที่ไม่มั่นคงก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญเช่นกัน นโยบาย ภาครัฐส่งผลโดยตรงและอย่างมีนัยสำคัญต่อวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง ไม่ว่าจะเป็น สิทธิประโยชน์ทาง ภาษี การสนับสนุนทุนวิจัย และการเปิดให้เข้าถึงตลาด เป็นต้น (罗百英, 2022) ทว่าความไม่เสถียรของ นโยบายอาจบั่นทอนแผนการพัฒนาในระยะยาวขององค์กร ทำให้เกิดความไม่แน่นอนต่อทั้ง การวิจัยและ พัฒนา (R&D) และ การขยายตลาด ของวิสาหกิจ

ในมิติด้านวัฒนธรรมและการจัดการก็ยังมีความท้าทายเช่นกัน เนื่องจาก วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงส่วนใหญ่เป็นองค์กรเชิงนวัตกรรม โครงสร้างองค์กรและรูปแบบการบริหารจึงมัก มีความยืดหยุ่นสูง อย่างไรก็ตาม การคงไว้ซึ่งความยืดหยุ่น ควบคู่ กับการประกัน ประสิทธิภาพของการ บริหารภายใน และการ หล่อหลอมวัฒนธรรมองค์กร ที่เข้มแข็ง เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องหาวิธีจัดการให้ เหมาะสม

ความท้าทายที่วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีนเผชิญมีความหลากหลายและ ซับซ้อน ครอบคลุมทั้ง ประเด็นด้านเงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ การปรับปรุงเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง การ แข่งขันทางการตลาด สภาพแวดล้อมเชิงนโยบาย ตลอดจนวัฒนธรรมและการจัดการองค์กร ความท้าทาย เหล่านี้เกิดจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในขององค์กร ดังนั้น วิสาหกิจจำเป็นต้องมี การวางแผน เชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและลุ่มลึก ควบคู่กับ สมรรถนะการดำเนินงานที่ยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพ เพื่อ รับมือกับความท้าทายดังกล่าวและสามารถ โดดเด่นท่ามกลางการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้น ได้อย่าง ยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับ วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน เป็นกรอบอ้างอิงและฐาน นิยามสำคัญของการวิจัยเรื่อง “การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยี

ชั้นสูงของจีน” ภายใต้บริบทดังกล่าว งานวิจัยนี้ได้เพียงมุ่งพิจารณาว่าองค์กรเหล่านี้ใช้ศักยภาพนวัตกรรมเชิงอิสระ อย่างไรในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน การขยายตลาด และการยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น หากยังมุ่งสำรวจว่าองค์กร เผยแพร่นวัตกรรมผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย อย่างไร มีปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกับวิสาหกิจอื่น สถาบันวิจัย และสาธารณชนในรูปแบบใด ตลอดจน กำหนดและดำเนินแผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อรับมือกับการแข่งขันระดับโลก ที่ทวีความเข้มข้นและสภาพแวดล้อมตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างไร อีกทั้ง เมื่อคำนึงถึงบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของวิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูง ต่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเศรษฐกิจของประเทศ การศึกษาการใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ขององค์กรเหล่านี้ยังสามารถทำหน้าที่เป็น ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายภาครัฐ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผลอีกด้วย

2.1.2 แนวคิดการจัดการองค์กร (Enterprise/Business Management)

การจัดการองค์กร หมายถึงกิจกรรมภายในองค์กรที่ว่าด้วยการวางแผน การจัดองค์กร การนำ/ภาวะผู้นำ และการควบคุมต่อทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ บุคลากร เงินทุน ทรัพย์สิน/วัสดุ และสารสนเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร แนวคิดนี้ครอบคลุมการตัดสินใจและการนำไปปฏิบัติในหลายมิติ ตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ การออกแบบโครงสร้างองค์กร การจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มประสิทธิภาพ กระบวนการดำเนินงาน ไปจนถึงการวิเคราะห์ทางการเงินและการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เป็นต้น การจัดการองค์กรที่มีประสิทธิผลจำเป็นต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน การจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม กลไกการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง แก่นสำคัญคือการประกันการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์ พร้อมทั้งตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งนี้ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี กระบวนการโลกาภิวัตน์ และค่านิยมทางสังคม แนวทางและปรัชญาการจัดการองค์กรย่อมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสู่ความยืดหยุ่น ความเป็นนวัตกรรม และความยั่งยืนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

2.1.2.1 สารสำคัญของจัดการองค์กร

การจัดการองค์กรเป็นกิจกรรมที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมิติ ครอบคลุมมิติสำคัญ ได้แก่ การจัดองค์การ (Organizing) การวางแผน (Planning) การสั่งการ/การนำ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) โดยมีเป้าหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในกระบวนการดังกล่าว ผู้บริหารไม่เพียงต้องให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานภายในและการจัดสรรทรัพยากรเท่านั้น หากยังจำเป็นต้องเฝ้าติดตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างใกล้ชิด เพื่อรองรับ การตัดสินใจเชิงปรับตัว ที่เหมาะสมและทันท่วงที (汤季安 et al., 2019)

รากฐานของการจัดการองค์กรอยู่ที่ โครงสร้างองค์กร และ ทรัพยากร โครงสร้างองค์กรกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและสมาชิกภายใน ซึ่งเป็นปัจจัยชี้ขาดต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ขณะเดียวกัน การจัดสรรและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม—ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ทุน และ

สารสนเทศ—ถือเป็นฐานสำคัญของความสำเร็จขององค์กร (付清芬 et al., 2019) ดังนั้น ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพควรมีความสามารถทั้งในด้าน การจัดองค์กร และการบริหารทรัพยากร ควบคู่กัน

การจัดการองค์กรยังครอบคลุมถึง การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการนำไปปฏิบัติ ด้วย การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาว เพราะเป็นตัวกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในอนาคต ทว่า มีแผนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ จำเป็นต้องแปลงแผนดังกล่าวให้เป็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมผ่านการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (戚聿东 & 肖旭, 2020) ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องมีความสามารถในการลงมือปฏิบัติ (execution capability) ที่เข้มแข็ง เพื่อให้ทีมสามารถดำเนินงานตามเป้าหมายและแผนที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการองค์กรยังครอบคลุมถึง การบริหารบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจ ด้วย มนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องเข้าใจวิธี ปลุกศักยภาพของพนักงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน (宋玟静, 2019) โดยทั่วไป แนวทางดังกล่าวบรรลุผลได้ผ่าน โครงสร้างค่าตอบแทนที่เหมาะสม กลไกความก้าวหน้าในสายอาชีพ และ มาตรการจูงใจอื่น ๆ ที่ออกแบบอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

อีกประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งในงานบริหารองค์กรคือ การบริหารการเงิน องค์กรจำเป็นต้องจัดสรรเงินทุนและกระแสเงินสด อย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าในทุกช่วงเวลามีเงินเพียงพอรองรับการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจ (洪素 & 封华, 2021) ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรมี ความรู้และทักษะทางการเงิน ที่เพียงพอ เพื่อควบคุมและกำกับดูแลสถานะการเงินขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการสารสนเทศและเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของการบริหารองค์กร ในยุคสารสนเทศ การครอบครองและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร แต่ยังสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้แก่องค์กรด้วย (陈文礼, 2022) ดังนั้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องปรับปรุงองค์ความรู้และทักษะของตนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมด้านสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การจัดการองค์กรยังเกี่ยวข้องกับการ เฝ้าติดตามและรับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้ง การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด การศึกษาคู่แข่ง ตลาดจน การปรับตัวต่อกฎหมายและนโยบายของภาครัฐ (江威, 2019) ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมี ความสามารถในการวิเคราะห์และวินิจฉัยเชิงกลยุทธ์ ที่เข้มแข็ง เพื่อหยั่งให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของบริบทภายนอก และนำไปสู่ การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการตอบสนอง ที่เหมาะสม ทันทีที่ และมีประสิทธิผล

การจัดการองค์กรเป็นงานที่มีความครอบคลุมและซับซ้อน ซึ่งต้องอาศัยผู้บริหารที่มีความสามารถและคุณลักษณะเชิงบูรณาการในหลายระดับและหลายมิติ จึงจะทำให้องค์กรสามารถธำรงความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และบรรลุการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้

2.1.2.2 ความสำคัญของการจัดการองค์กร

การจัดการองค์กรเป็นปัจจัยชี้ขาดต่อความสำเร็จของกิจการ โดยส่งอิทธิพลต่อทุกมิติขององค์กร ตั้งแต่ความพึงพอใจของพนักงาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร ต่อไปนี้คือเหตุผลเชิงประจักษ์ที่อธิบายว่าเหตุใดการจัดการองค์กรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

การบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ กำหนดและทำให้บรรลุเป้าประสงค์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน เมื่อองค์กรมีทิศทางเชิงกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจน หน่วยงานและพนักงานแต่ละคนย่อมเข้าใจบทบาทและภารกิจของตนได้ดียิ่งขึ้น (王林松, 2020) ผลที่ตามมาคือ ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น และการ ลดความสูญเสียเปล่าของทรัพยากร เนื่องจากบุคลากรทุกคนตระหนักตรงกันว่าควรมุ่งความพยายามไปในทิศทางใด

การบริหารที่มีประสิทธิผลช่วยให้สามารถ ระดมและจัดสรรทรัพยากร ได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางการเงิน หรือทรัพยากรวัตถุ/กายภาพ ประเด็นสำคัญคือการใช้ทรัพยากรเหล่านี้ให้เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งเป็นโจทย์ที่ผู้บริหารต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน (张文, 2020) การบริหารที่เป็นเลิศไม่เพียงรับประกันการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า หากยังสามารถ ปรับจัดสรรทรัพยากรใหม่ ได้ทันเวลาที่เมื่อจำเป็น เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดคิดหรือเพื่อ ผนวกโอกาสทางธุรกิจใหม่ อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของการจัดการองค์กร ผู้บริหารที่มี ประสิทธิภาพย่อมรู้วิธี ปลดล็อกศักยภาพของพนักงาน จัดให้มี การฝึกอบรมที่เหมาะสม และออกแบบ กลไกจูงใจ เพื่อยกระดับทั้งประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของบุคลากร (晏欣荣, 2020) กลุ่มพนักงานที่มีความพึงพอใจและแรงจูงใจในระดับสูงจะช่วยยกระดับ ผลผลิตภาพขององค์กร และ ชีตความสามารถด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารองค์กรที่มีประสิทธิผลยังช่วยให้ ระบุและควบคุมความเสี่ยง ได้อย่างเป็นระบบ ภายใต้ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ด้วยการประเมินและบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ องค์กรสามารถคาดการณ์และรับมือกับความเสี่ยงรูปแบบต่าง ๆ ล่วงหน้า เพื่อลดความ สูญเสียที่อาจเกิดขึ้น (覃莉萍, 2021) ทั้งนี้ได้จำกัดเฉพาะ ความเสี่ยงทางการเงิน เท่านั้น หากยัง ครอบคลุมถึง ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ ความเสี่ยงด้านตลาด และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตาม กฎระเบียบ อีกด้วย

การจัดการองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อ ความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านการบริหารการปฏิบัติการที่มี ประสิทธิภาพและการให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพสูง องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดียิ่งขึ้น และสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ผลที่ตามมาคือการเพิ่ม ส่วนแบ่งทางการตลาด ควบคู่กับการก่อให้เกิด อิทธิพลจากการบอกต่อ (word-of-mouth) ในระดับหนึ่ง อันนำไปสู่โอกาสทาง ธุรกิจที่มากยิ่งขึ้น (哲夫李, 2022)

ความสามารถในการปรับตัวและความยืดหยุ่น ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการองค์กร เช่นกัน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางตลาดและภูมิทัศน์การแข่งขันเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ระบบการ

จัดการที่มีความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นในระดับสูงย่อมสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ผนวกโอกาสทางธุรกิจใหม่ และปรับตัวได้ทันทั่วทั้งเมื่อเผชิญความท้าทาย (娜娜郑, 2022)

การจัดการองค์กรยังก่อให้เกิดอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์แบรนด์ (裴克珏, 2023) ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงสามารถสถาปนาวัฒนธรรมที่มีความเชิงบวก เปิดกว้าง และมุ่งนวัตกรรมได้เท่านั้น หากยังสามารถดูแลรักษาและยกระดับคุณค่าแบรนด์ผ่านวิธีการที่หลากหลายอีกด้วย ภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดีไม่เพียงช่วยดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น แต่ยังเอื้อต่อการดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพสูงมากขึ้นด้วย

การจัดการองค์กรมีบทบาทสำคัญในหลายมิติ ทั้งในการกำหนดทิศทางขององค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากร การยกระดับความพึงพอใจของพนักงานและลูกค้า การควบคุมความเสี่ยง ตลอดจนการธำรงรักษาวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์แบรนด์ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่หรือกิจการเริ่มต้นขนาดเล็ก ต่างก็จำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรสามารถยืนหยัดและรักษาความได้เปรียบในสมรภูมิการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้นได้อย่างยั่งยืน

2.1.2.3 หน้าที่ของการจัดการองค์กร

ภายใต้การจัดการองค์กร มีหน้าที่หลักหลายมิติที่หลากหลาย ซึ่งทำหน้าที่ประกันให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเอื้อต่อการพัฒนาในระยะยาว

หน้าที่ด้านการวางแผน ในฐานะรากฐานของการบริหารองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง องค์กรจำเป็นต้องผสานบริบท ทั้งภายในและภายนอก เข้าด้วยกัน และดำเนินการวางแผน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว อย่างเป็นระบบ เพื่อให้กิจกรรมทางธุรกิจทุกมิติสอดคล้องกับ เป้าหมายภาพรวม ขององค์กร (杨晨欣, 2020) ทั้งนี้ มิได้เรียกร้องเพียง ทักษะเชิงอนาคต ของผู้บริหารเท่านั้น หากยังต้องการ การวิเคราะห์ แนวโน้มตลาดและทรัพยากรขององค์กรอย่างเที่ยงตรง เพื่อกำหนด กลยุทธ์การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม และสามารถปฏิบัติได้จริง

หน้าที่ด้านการจัดองค์การ มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด องค์กรควรดำเนินการ จัดสรรและปรับจัดสรรทรัพยากร ให้เหมาะสมตามแผนที่มียู่ เพื่อให้หน่วยงานและทีมงานต่าง ๆ สามารถประสานการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (黄玲, 2020) ประเด็นนี้ครอบคลุมถึง ความเข้าใจเชิงลึกต่อโครงสร้างองค์กร การกำกับดูแล ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน อย่างแม่นยำ ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรด้านเวลาและพื้นที่ปฏิบัติงาน อย่างเป็นระบบและมีหลักวิชา

หน้าที่ด้านการสั่งการ (Directing) สะท้อนทั้ง อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ของผู้บริหาร ผู้บริหารมิใช่เพียงต้องออกคำสั่งให้ชัดเจนเท่านั้น แต่ยังต้องติดตามความก้าวหน้าของงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทุกขั้นตอน สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร (卢向东, 1996) ทั้งนี้ การใช้อำนาจมิได้หมายถึง การสั่งการเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องอาศัย การสื่อสารและการจูงใจ เพื่อให้พนักงานตระหนักและเข้าใจ บทบาท-ความรับผิดชอบ ของตนอย่างชัดเจน

หน้าที่ด้านการกำกับติดตามและควบคุม หมายถึงการติดตามและประเมินผลการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (朱珊珊, 2020) ผู้บริหารจำเป็นต้องตรวจสอบและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อค้นพบและแก้ไขความคลาดเคลื่อนได้ทันที่ อันจะคำประกันให้การดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรเป็นไปอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

หน้าที่ด้านการปรับประสาน (Regulating / 调节) มุ่งเน้นต่อการกำกับและปรับตั้งความสัมพันธ์และกิจกรรมภายในองค์กร (甘瑶, 2020) เมื่อขนาดองค์กรขยายตัว ความขัดแย้งย่อมหลีกเลี่ยงได้ยาก ผู้บริหารจึงต้องธำรงความร่วมมือและความกลมเกลียวของทีม อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความสัมพันธ์ภายในมีเสถียรภาพและให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

หน้าที่ด้านการบริหารบุคลากร (用人职能 / Staffing) มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับการพัฒนาองค์กรในระยะยาว (崔云茜, 2022) บุคลากรคือทรัพยากรที่ทรงคุณค่าที่สุดขององค์กร องค์กรจึงพึง คัดสรร พัฒนา และจูงใจ บุคลากรอย่างพิถีพิถัน (รวมถึงการธำรงรักษาและการบริหารผลตอบแทนที่เหมาะสม) เพื่อปลดปล่อยศักยภาพให้เกิด คุณค่าเพิ่ม ต่อองค์กร และขับเคลื่อน การเติบโตและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

2.1.2.4 หลักการของการจัดการองค์กร

ในสาขาการจัดการองค์กร หลักการสำคัญห้าประการ ทำหน้าที่เป็นแนวทางสำคัญสำหรับการกำหนดบรรทัดฐานการบริหารและการตัดสินใจขององค์กร ดังนี้

1) หลักยึดข้อเท็จจริง (实事求是) มีความสำคัญยิ่งต่อการบริหารองค์กร ในการกำหนดบรรทัดฐานและระเบียบการจัดการ องค์กรต้องพิจารณา สภาพความเป็นจริงทั้งภายในและภายนอก อย่างรอบด้าน มิใช่อิงแต่ ทฤษฎีหรือแบบจำลองทั่วไป เพียงลำพัง (黄喆诚, 2022) แนวทางที่เหมาะสมคือการออกแบบมาตรการ ให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะขององค์กร จากนั้นดำเนิน โครงการนำร่อง/การทดลองใช้ เพื่อทดสอบและยืนยันความเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการดังกล่าว ทั้งสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเชิงวัตถุ และ เข้ากันได้กับเงื่อนไขจริงขององค์กร เมื่อผ่านการทดสอบแล้วจึงขยายผลสู่การปฏิบัติในระดับองค์กร เพื่อให้บรรลุ ผลลัพธ์ที่คาดหวัง อย่างมีประสิทธิภาพ

2) หลักบูรณาการภาวะผู้นำกับการมีส่วนร่วมของบุคลากร ยึดหลักผานบทบาทของผู้นำกับ “มวลชน/พนักงาน” เพื่อให้บรรทัดฐานการบริหารได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง เนื่องจากข้อกำหนดย่อมถูกนำไปปฏิบัติโดยพนักงานทุกคน จึงควรสะท้อน ความประสงค์ร่วม ของพวกเขาอย่างเพียงพอ (王莹, 2022) ในกระบวนการจัดทำ ผู้นำควรดึงบทเรียนจากประสบการณ์ภาคปฏิบัติของบุคลากร รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างแข็งขัน และบูรณาการเข้าสู่เนื้อหาของระเบียบ เพื่อให้บรรทัดฐาน “ลงรากในจิตสำนึก” และได้รับการปฏิบัติตามโดยสมัครใจจากพนักงานส่วนใหญ่

3) หลักความเป็นระบบ ครอบคลุม และเอกภาพ ยึดหลักให้ระเบียบการบริหารมี ความสอดคล้อง ประสานและความต่อเนื่องสูง โดย

“ระบบ” หมายถึง ระเบียบแต่ละส่วนต้อง เกื้อหนุนกัน และรวมกันเป็นองค์รวมที่ก่อให้เกิด อานิสงส์เชิงพหุผล (synergy)

“ครอบคลุม” คือ ควรมีบรรทัดฐานที่ชัดเจนให้ อ้างอิงได้สำหรับกิจกรรมการบริหารและ ตำแหน่งงานทุกประเภท

“เอกภาพ” คือ ระเบียบต่าง ๆ ต้อง ประสานสอดคล้องกัน และมุ่งไปสู่ เป้าหมายเชิงกล ยุทธ์เดียวกัน ขององค์กร (雒宏伟 & 温春晓, 2020)

4) หลักความสอดคล้องของ “ตำแหน่ง-ความรับผิดชอบ-อำนาจ-ผลประโยชน์” หลักการนี้เป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ โดยทั้งสี่มิติ เกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ได้แก่

ตำแหน่ง (职务) คือรากฐาน กำหนดบทบาทและขอบเขตหน้าที่ของพนักงานแต่ละคน
ความรับผิดชอบ (责任) คือแกนกลาง รับประกันว่าทุกตำแหน่งมีภารกิจและความ คาดหวังที่ชัดเจน

อำนาจ (权限) มอบเครื่องมือและเงื่อนไขที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้ลุล่วง

ผลประโยชน์ (利益) ทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจและกลไกการกระตุ้นให้เกิดผลงาน

เมื่อทั้งสี่ด้านสอดคล้องกัน จะเอื้อให้การบริหารเป็นระบบ เกิดความรับผิดชอบที่ชัดเจน และยกระดับ ประสิทธิภาพขององค์กรโดยรวม (王涛, 2022).

5) หลักความพอเหมาะระหว่างความละเอียดกับความกระชับ และความเข้าใจง่าย ย้ำหลักการกำหนดระเบียบที่ พอเหมาะระหว่างความซับซ้อน-ความเรียบง่าย และใช้ภาษาที่ เข้าใจได้ โดยทั่วไป เพื่อเพิ่ม ศักยภาพในการนำไปปฏิบัติจริง ของบรรทัดฐานการบริหาร (齐刚等, 2020) ระเบียบที่ ละเอียดและชัดเจน ย่อมช่วยป้องกัน ช่องโหว่และพื้นที่คลุมเครือ ในระหว่างการดำเนินงาน ขณะเดียวกัน ถ้อยความที่กระชับ ชัดแจ้ง ก็เอื้อต่อการที่พนักงานจะ ทำความเข้าใจ จดจำ และปฏิบัติได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่สูญเสียความครบถ้วนของสาระสำคัญ แนวคิดการจัดการองค์กรทำหน้าที่เป็น กรอบฐานเชิงแนวคิด สำหรับการวิเคราะห์และทำความเข้าใจงานวิจัยเรื่อง “การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน” ประการแรก แนวคิดดังกล่าวเน้น การกำหนด เป้าหมายขององค์กรอย่างชัดเจน และ การจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญต่อการ กำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง ทำให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางการวิจัยและ พัฒนา (R&D) ได้สอดคล้องกับ ศักยภาพภายใน และ โอกาสทางการตลาด ประการที่สอง จากมุมมอง ด้านโครงสร้างองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดนี้ชี้แนวทาง การสร้างทีมงานนวัตกรรม การฝึกอบรมและการจูงใจบุคลากร ตลอดจน การธำรงความคล่องตัวขององค์กร นอกจากนี้ แนวคิดด้าน การตลาดและการสื่อสารสารสนเทศ ในบริบทการจัดการองค์กรยังช่วยให้องค์กรกำหนดวิธีการ ผลักดัน ผลงานนวัตกรรมออกสู่ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมโยงกับลูกค้า และรับข้อมูลสะท้อนกลับ เพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง กล่าวโดยสรุป แนวคิดการจัดการองค์กรมอบ มุมมองแบบบูรณาการ ให้แก่ งานวิจัยนี้ ช่วยให้อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน และ บูรณาการ การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3 แนวคิดการสื่อสารองค์กร

การสื่อสารองค์กรหมายถึงกระบวนการที่องค์กรถ่ายทอดสารผ่าน ช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อสื่อสาร ค่านิยม เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และผลลัพธ์ ขององค์กร อันมุ่งสร้างและธำรง ความสัมพันธ์กับสาธารณะ ยกระดับ ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียง ตลอดจนขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายขององค์กร กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วยสองมิติหลัก คือ

1)การสื่อสารภายใน (Internal Communication) ครอบคลุมการสื่อสารระหว่าง ผู้บริหารกับพนักงาน ตลอดจนระหว่างหน่วยงานภายใน เพื่อให้ทุกคน เข้าใจอย่างชัดเจน ต่อเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ขององค์กร เสริมสร้าง ความเป็นเอกภาพของทีม และ ศักยภาพในการปฏิบัติการ

2)การสื่อสารภายนอก (External Communication) คือการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น ผู้บริโภค นักลงทุน หัสนส่วนทางธุรกิจ หน่วยงานรัฐ และชุมชน ผ่านกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา สื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ เพื่อถ่ายทอด คุณค่าข้อเสนอ (value proposition) และ ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร สร้างเอกลักษณ์แบรนด์ที่โดดเด่น ท่ามกลาง สภาพการแข่งขันที่รุนแรง ได้รับความเชื่อถือและการสนับสนุนจากสาธารณชน และเอื้อต่อ การพัฒนา องค์กรอย่างยั่งยืน.

2.1.3.1 สารสำคัญของ การสื่อสารองค์กร

การสื่อสารองค์กร หมายถึงกิจกรรมการถ่ายทอดสารและการสื่อสารที่องค์กรดำเนินขึ้นเพื่อ สร้าง ธำรง และเสริมความแข็งแกร่ง ให้กับภาพลักษณ์แบรนด์ วัฒนธรรมองค์กร และสถานะทางการตลาด โดยทั่วไปครอบคลุมการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม เช่น ลูกค้า พนักงาน นักลงทุน และสาธารณชน ผ่าน ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา สื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ พันธกิจ ค่านิยม และผลการดำเนินธุรกิจ ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ในฐานะที่เป็นทั้งศาสตร์และภาคปฏิบัติ การสื่อสารองค์กร มุ่งพิจารณาว่าองค์กรจะสื่อสารและมี ปฏิสัมพันธ์เชิงข้อมูลกับผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลายได้อย่างไร มี ประสิทธิภาพอย่างไร โดยมีเป้าหมายเพื่อ กำหนดและบริหารภาพลักษณ์แบรนด์อย่างแม่นยำ (曲俊义, 2011) การสื่อสารองค์กรประกอบด้วยองค์ประกอบแกนหลักสามประการ ได้แก่ การสื่อสารเชิงการ จัดการ (management communication) การสื่อสารการตลาด (marketing communication) และ การสื่อสารภาพรวมของบริษัท (corporate communication) (申光龙 & 曲飞宇, 2004) แม้แต่ละ องค์ประกอบจะมีเป้าหมายและวิธีการเฉพาะของตน แต่ทั้งสามร่วมกันหล่อหลอมเป็น ระบบการสื่อสาร องค์กรที่สมบูรณ์

ในบรรดามิติทั้งหลายของ การสื่อสารองค์กร นั้น การสื่อสารเชิงการจัดการ มีบทบาทหลักในการ สถาปนา แพลตฟอร์มการถ่ายทอดสารภายในที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ไหลเวียนอย่างไร้ข้อขัดข้องระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน (苏蕊蕊 & 仲伟周, 2010) ความคล่องตัวของ

การไหลเวียนข้อมูลในลักษณะนี้ไม่เพียงช่วย เสริมสร้างความเป็นเอกภาพและความผืนึกกำลังของทีมภายในองค์กร หากยังเอื้อให้พนักงาน ทำความเข้าใจเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อันนำไปสู่ การยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม

การสื่อสารการตลาด จะมุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์กับตลาดภายนอกและผู้บริโภคเป็นสำคัญ การกิจหลักคือการถ่ายทอด คุณค่าข้อเสนอ ของผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรต่อสาธารณชน ผ่านสื่อและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เพื่อ ดึงดูดลูกค้าใหม่ และ สร้างความภักดีของลูกค้าปัจจุบัน (周裕琼, 2007) นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดยังครอบคลุมถึง การบริหารความสัมพันธ์กับหุ้นส่วนทางธุรกิจและผู้จัดหาวัตถุดิบ/ซัพพลายเออร์ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในตลาดที่เข้มข้น

การสื่อสารภาพรวมของบริษัท เป็นกรอบแนวคิดที่กว้างกว่า โดยมีได้จำกัดอยู่เพียง การสื่อสารเชิงการจัดการ และ การสื่อสารการตลาด เท่านั้น หากยังครอบคลุมถึง ปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคสังคม สื่อมวลชน และสาธารณชนในวงกว้าง ด้วย (程曼丽, 2006) ความสำคัญของมิตินี้อยู่ที่ว่า ความสำเร็จระยะยาวขององค์กร ในระดับมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหาร “ความคาดหวัง” และ “ความต้องการ” ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารองค์กร โดยทั่วไปใช้ หลายรูปแบบและสื่อ ประกอบกัน ได้แก่

สื่อข้อเขียน เช่น เนื้อหาเว็บไซต์ ข่าวประชาสัมพันธ์ บันทึกข้อความภายใน เป็นต้น

สื่ออวัยคำ/การพูด เช่น งานแถลงข่าว การประชุมพนักงาน ฯลฯ

องค์ประกอบเชิงภาพ เช่น โลโก้องค์กร งานสื่อโฆษณา/ภาพลักษณ์ (孙杰, 2003)

สื่อและรูปแบบแต่ละประเภทมี จุดเด่นและข้อจำกัดเฉพาะ ของตน ดังนั้นในการปฏิบัติจริงจึงจำเป็นต้อง ออกแบบและผสมผสาน ให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด

การสื่อสารองค์กร เป็นกิจกรรมที่มีหลายระดับและหลายมิติ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของ กิจกรรมดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อ สถานะและชื่อเสียง ขององค์กรในตลาดและสังคม ดังนั้น การออกแบบ และดำเนิน ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ไม่เพียงเอื้อต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วและการ ขยายตลาดขององค์กรเท่านั้น หากยังช่วย เสริมสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หลากหลายกลุ่มในวงกว้าง อันนำไปสู่การ สถาปนาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2.1.3.2 การจำแนกประเภทการสื่อสารองค์กร

การสื่อสารองค์กร เป็นกระบวนการจัดการสารสนเทศและการจัดสรรทรัพยากรที่มีหลายมิติและหลายระดับ โดยสามารถจำแนกออกได้เป็นสองประเภทหลักคือ การสื่อสารภายใน และ การสื่อสารภายนอก (Oltarzhevskyi, 2019) เมื่อบูรณาการทั้งสองส่วนเข้าด้วยกัน จะก่อให้เกิด มุมมองเชิงองค์รวมต่อการจัดการสารสนเทศขององค์กรและการหล่อหลอมแบรนด์ ซึ่งมีบทบาทที่ขาดไม่ได้ต่อ การพัฒนา องค์กรอย่างมั่นคงในระยะยาว

การสื่อสารภายในองค์กร มิได้เป็นเพียงองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินงานประจำวัน หากยังเป็น กิจกรรมการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ ที่มียุทธศาสตร์ ที่มีความสำคัญ ครอบคลุมการไหลเวียนของสารสนเทศอย่างรอบด้าน ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการ รวมถึงการสื่อสารภายในทีมและข้ามหน่วยงาน (Heath, 2020) แตกต่างจากการส่งสารทั่วไปแบบทางเดียว การสื่อสารภายในมีความซับซ้อนกว่า โดยต้องออกแบบ กลไกการแบ่งปันและปฏิสัมพันธ์ของข้อมูลที่หลากหลายระดับและหลายมิติ เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว องค์กรมักใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มหลายประเภทควบคู่กัน อาทิ จดหมายข่าวภายใน การประชุมทีมทั้งตามรอบและเฉพาะกิจ ระบบการจัดการความรู้ บันทึกรายการสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนกิจกรรมฝึกอบรมหลากหลายรูปแบบในกระบวนการจัดตั้งและดำเนินการดังกล่าว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ มักมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ไม่เพียงอาจรับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารภายในโดยตรง แต่ยังทำงาน บูรณาการอย่างใกล้ชิด กับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น การเงิน ปฏิบัติการ และวิจัยพัฒนา เพื่อให้ ข้อมูลไหลเวียนและถูกนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องแม่นยำและมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร

การสื่อสารภายนอกขององค์กร การสื่อสารภายนอกมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการหล่อหลอมแบรนด์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สื่อมวลชน สาธารณชน และหุ้นส่วนทางธุรกิจ ทั้งนี้แตกต่างจากการสื่อสารภายในตรงที่เน้น การบริหารความสัมพันธ์กับโลกภายนอก และ การยกระดับคุณค่าแบรนด์ ขององค์กรเป็นสำคัญ (Alves & Silva, 2021) ภายใต้บริบทดิจิทัลและเครือข่ายในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มข่าวสาร ได้กลายเป็นองค์ประกอบที่ไม่อาจมองข้ามของการสื่อสารภายนอก แพลตฟอร์มเหล่านี้มิได้ใช้เพียงเพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรเท่านั้น หากยังทำหน้าที่รวบรวมความคิดเห็นสาธารณะและป้อนกลับจากตลาด เพื่อนำไปใช้ในการปรับและเพิ่มประสิทธิภาพเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กรต่อไป ในทางปฏิบัติ การสื่อสารภายนอกมักเป็น โครงการซับซ้อนที่ต้องอาศัยความร่วมมือข้ามฝ่าย อาทิ ฝ่ายการตลาด ทรัพยากรมนุษย์ ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนผู้บริหารระดับสูง (Gutiérrez-García et al., 2021) โดยองค์กรจะประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ งานแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน โฆษณา การตลาดดิจิทัล และการมีปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อธำรงการสื่อสารที่ ต่อเนื่องและมีประสิทธิผล กับลูกค้า ว่าที่ลูกค้า หุ้นส่วน สื่อ และสาธารณชน

ไม่ว่าการสื่อสารภายในหรือการสื่อสารภายนอก ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของ การจัดการสารสนเทศแบบบูรณาการ และ ยุทธศาสตร์แบรนด์ ขององค์กร แม้ทั้งสองจะมีเป้าประสงค์และวิธีการเฉพาะของตนเอง แต่ในท้ายที่สุดต่างมุ่ง เสริมประสิทธิภาพการไหลเวียนของข้อมูล ยกระดับสมรรถนะการทำงานขององค์กร และ สถาปนาภาพลักษณ์แบรนด์และชื่อเสียงทางสังคม ที่เกื้อหนุนต่อ การพัฒนาระยะยาวขององค์กร (Wei, 2020) ดังนั้น การสื่อสารภายในและภายนอกจึง เกื้อกูลกันทั้งด้านหน้าที่และเป้าหมาย องค์กรจำเป็นต้องวางแผนเชิงบูรณาการจากมุมมององค์กรรวม และดำเนินการให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป การสื่อสารภายในและการสื่อสารภายนอก ร่วมกันหล่อหลอมให้เกิด ระบบที่สมบูรณ์ สำหรับการไหลเวียนของสารสนเทศและการสร้างแบรนด์ขององค์กร ระบบดังกล่าวไม่เพียงเกี่ยวข้องกับ

การประสานงานภายในและการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เท่านั้น หากยังส่งผลต่อ การสร้างความสัมพันธ์กับภายนอกและคุณค่า/มูลค่าแบรนด์ขององค์กร อีกด้วย ดังนั้น ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิผล ควรได้รับการออกแบบในลักษณะ ครอบคลุมและบูรณาการ อาศัย ความร่วมมือร่วมใจของทุกฝ่ายและทุกระดับชั้น ควบคู่กับ การดำเนินการอย่างพิถีพิถัน เพื่อมุ่งสู่ เป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวขององค์กร อย่างยั่งยืน

2.1.3.3 เป้าหมายของการสื่อสารองค์กร

เป้าหมายของการสื่อสารองค์กรครอบคลุมหลายระดับทั้ง ภายใน และ ภายนอก ของบริษัท โดยมีลักษณะซับซ้อนและหลากหลาย ภายใต้กรอบดังกล่าว ทีมสื่อสารภายใน มุ่งปรับให้เหมาะสมต่อการไหลเวียนของสารสนเทศและแบบแผนการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อยกระดับความร่วมมือและประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ขณะเดียวกัน ทีมสื่อสารภายนอก มุ่งสร้างและธำรงการสื่อสารขององค์กรต่อสาธารณะและภาพลักษณ์แบรนด์ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายระยะยาวขององค์กร (Bilinski, 2022).

สำหรับการสื่อสารองค์กร พันธกิจลำดับแรกและพื้นฐานที่สุด คือการทำให้ เนื้อหาและวัสดุสื่อสารทุกชนิด ถ่ายทอด คุณค่าแบรนด์ และ วัฒนธรรมองค์กร ได้อย่าง ถูกต้องและสอดคล้องกัน ในทุกช่องทาง เป้าประสงค์แกนนี้มีได้ดำรงอยู่อย่างโดดเด่น หากครอบคลุม หน้าที่และเป้าหมายย่อย ที่หลากหลายและซับซ้อน อาทิ การบริหารชื่อเสียง (Reputation Management) การรับมือภาวะวิกฤต (Crisis Response) ความสอดคล้องของการสื่อสารระหว่างภายใน-ภายนอก (Internal-External Consistency) ซึ่งทั้งหมดนี้ทำงานร่วมกันเพื่อค้ำจุนความน่าเชื่อถือขององค์กรและการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในระยะยาว (Duneva, 2021).

ในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ทีมสื่อสารองค์กร จะประยุกต์ใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ งานแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์สื่อ เอกสาร/สื่อส่งเสริมการตลาด เป็นต้น เพื่อสร้างและธำรง ภาพลักษณ์สาธารณะ และ ชื่อเสียงในอุตสาหกรรม ขององค์กร (Elegbe & Dooshima, 2021) พร้อมกันนี้ การธำรงชื่อเสียงยังสะท้อนสู่ มิติการสื่อสารภายใน ผ่าน การประชุมทีม คู่มือพนักงาน และการฝึกอบรมภายใน เพื่อเสริมสร้าง ความภักดีและการระบุตัวตนกับองค์กร ตลอดจน แรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

ไม่ว่ากิจกรรมการสื่อสารจะเป็น ภายใน หรือ ภายนอก องค์กร ต่างต้องคงไว้ซึ่ง ความสอดคล้องของสารแบรนด์และค่านิยมองค์กร การธำรงความสอดคล้องดังกล่าวเป็นภารกิจสำคัญของฝ่ายสื่อสารองค์กร ซึ่งต้องอาศัย ยุทธศาสตร์และแนวปฏิบัติการสื่อสารที่ออกแบบอย่างพิถีพิถัน จึงจะบรรลุผลได้ (Cornelissen, 2020)

นอกเหนือจากการบริหารแบรนด์และชื่อเสียงแล้ว การสื่อสารองค์กร ยังมีบทบาทสำคัญยิ่งในการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จำเป็นต้องมี ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างฝ่ายสื่อสารองค์กรกับฝ่ายการตลาด เพื่อให้ สื่อโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เข้าถึง กลุ่มลูกค้า

เป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์แบรนด์ภาพรวมขององค์กร อย่างเคร่งครัด

ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม—including นักลงทุนและพนักงาน—การสื่อสารองค์กร ก็มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน ผ่านกิจกรรมสื่อสารที่ออกแบบอย่างพิถีพิถัน เช่น รายงานประจำปี การบริหารความสัมพันธ์กับนักลงทุน (Investor Relations: IR) และจดหมายข่าว/สื่อสารภายใน การสื่อสารองค์กรไม่เพียงช่วยธำรงและเสริมแรงความสนใจอย่างต่อเนื่องของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเท่านั้น หากยังช่วยยกระดับ ความเข้าใจและการยอมรับ ของพนักงานต่อ เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร อีกด้วย

ในการเผชิญเหตุการณ์ไม่คาดคิดหรือภาวะวิกฤต การสื่อสารองค์กร ต้องมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อจำกัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อชื่อเสียงและการดำเนินธุรกิจให้น้อยที่สุด เป้าหมายดังกล่าวมิได้ครอบคลุมเฉพาะ การประเมินความเสี่ยงและการเตรียมความพร้อมล่วงหน้า เท่านั้น หากยังรวมถึง การรับมืออย่างทันท่วงทีเมื่อวิกฤตเกิดขึ้น ตลอดจน การฟื้นฟูและเยียวยาหลังวิกฤต เพื่อคงไว้หรือกอบกู้ ภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์กรในสายตาสาธารณชน (Pizzichini, 2020)

โดยสรุป การสื่อสารองค์กร เป็นกิจกรรมที่มีความซับซ้อนหลายมิติและหลายเป้าประสงค์ โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การถ่ายทอดสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกัน เพื่อยกระดับ สมรรถนะการทำงานขององค์กร พร้อมทั้ง หล่อหลอมและธำรงรักษาภาพลักษณ์แบรนด์และภาพลักษณ์ต่อสังคม ให้เอื้อต่อ การพัฒนาในระยะยาวขององค์กร

2.1.3.4 หน้าที่/ฟังก์ชันของการสื่อสารองค์กร

ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร ในมิติหน้าที่ มีลักษณะทั้ง หลากหลายและซับซ้อน ความซับซ้อนดังกล่าวเกิดจากความจำเป็นที่องค์กรต้องสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันอย่างต่อเนื่องและหลายมิติ (Frandsen & Johansen, 2014) โดยทั่วไป ฝ่ายสื่อสารองค์กร จะระดมผู้เชี่ยวชาญที่มีความชำนาญเฉพาะทางในสาขาย่อยของการสื่อสารแขนงต่าง ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานแบบทีม และดำเนินการ ถ่ายทอดสาร/แลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างแม่นยำให้เหมาะสมกับ ผู้รับสารแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

ภายใต้บริบทดังกล่าว การทำความเข้าใจ หน้าที่เชิงต่าง ๆ ของการสื่อสารองค์กร ช่วยให้สามารถวิเคราะห์เชิงลึกและปรับแต่งยุทธศาสตร์การสื่อสารขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ตามองค์ความรู้และประสบการณ์เชิงปฏิบัติที่ผ่านมา การสื่อสารองค์กรมี หน้าที่หลัก ดังนี้

- 1) สื่อและสัมพันธ์กับสาธารณะ (Media & Public Relations)
- 2) การบริหารชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation Management)
- 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)
- 4) การหล่อหลอมอัตลักษณ์องค์กร (Organizational Identity Shaping)
- 5) การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management)

สื่อและกิจกรรมสัมพันธ์กับสาธารณะ (Public Relations: PR) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งและเป็นที่รับรู้ได้ง่ายที่สุดของงานสื่อสารองค์กร (祝荀, 2012) PR ไม่ได้เป็นเพียง “ช่องทางสื่อสารระหว่างองค์กรกับสาธารณะ” เท่านั้น หากยังเป็น ปัจจัยชี้ขาด ที่ส่งอิทธิพลโดยตรงต่อ ภาพลักษณ์แบรนด์ และความสำเร็จทางธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญด้านนี้มักทำหน้าที่เป็น โฆษกองค์กร ต้องเฝ้าติดตามการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กรกับโลกภายนอกอย่างใกล้ชิด และวางแผน-ดำเนินการ ถ้อยแถลงและกิจกรรมทางการ ขององค์กรอย่างพิถีพิถัน

ในงานปฏิบัติประจำวัน PR ครอบคลุมกิจกรรมหลากหลาย ได้แก่ การเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ การตอบข้อซักถามจากสื่อมวลชน การจัด งานแถลงข่าว การจัดเตรียม ชุดข้อมูลสำหรับสื่อ (media kit) และสื่อวัสดุอื่น ๆ เพื่อการนำเสนอข่าวอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์แบรนด์ขององค์กร

การบริหารชื่อเสียงองค์กรคือรากฐานของความสำเร็จระยะยาว ชื่อเสียงองค์กรไม่เพียงหมายถึงการประเมินภาพรวมขององค์กรโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกเท่านั้น หากยังรวมถึงวิธีที่การประเมินดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการปฏิสัมพันธ์กับองค์กร ของพวกเขาด้วย (刘兵 & 罗宜美, 2000) ดังนั้น ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารองค์กรจำเป็นต้อง หล่อหลอมและธำรงรักษาภาพลักษณ์เชิงบวก ผ่านเครื่องมือและช่องทางที่หลากหลาย อาทิ การรายงานของสื่อมวลชน กิจกรรมบนสื่อสังคมออนไลน์ และการมีส่วนร่วมกับชุมชน เป็นต้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นองค์ประกอบที่ทวีความสำคัญยิ่งขึ้นภายในงานสื่อสารองค์กร CSR มิได้หมายถึงเพียงการที่องค์กร “แสดงออก” ถึงความใส่ใจต่อปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) เท่านั้น หากยังครอบคลุมถึงการ แปลงความใส่ใจดังกล่าวให้เป็นการปฏิบัติ และผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม อีกด้วย (李伟阳 & 肖红军, 2011) การดำเนินงานลักษณะนี้โดยทั่วไปต้องอาศัย การสื่อสารและความร่วมมืออย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่สอดคล้องกับทั้งเป้าหมายทางสังคมและกลยุทธ์ขององค์กร

การหล่อหลอมอัตลักษณ์องค์กร เป็นหน้าที่แกนกลางของการสื่อสารองค์กร ครอบคลุมการสื่อสารแบบบูรณาการเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยม พันธกิจ และวิสัยทัศน์ องค์ประกอบเหล่านี้ไม่เพียงกำหนดแบบแผนพฤติกรรมของสมาชิกภายใน หากยังมีอิทธิพลต่อมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกที่มีต่อองค์กรด้วย (张祺瑞 & 李根强, 2020) ดังนั้น การหล่อหลอมอัตลักษณ์องค์กร มิใช่กิจกรรมครั้งคราวหรือโครงการเดี่ยว แต่เป็น กระบวนการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารองค์กร และ ผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้กิจกรรมสื่อสารทั้งภายในและภายนอก สะท้อนค่านิยมแกนกลางและเป้าหมายขององค์กรได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกัน

การบริหารภาวะวิกฤต เป็นมิติที่สำคัญยิ่งของหน้าที่ด้านการสื่อสารองค์กร องค์กรใด ๆ ล้วนอาจเผชิญเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่ส่งผลกระทบร้ายแรงต่อชื่อเสียงและการดำเนินงาน ดังนั้น ความสามารถด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่ รวดเร็วและแม่นยำ จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรที่ประสบความสำเร็จ (吕斌 et al., 2009) การบริหารวิกฤตไม่เพียงกำหนดให้องค์กร ตรวจสอบ และรับมือกับวิกฤตได้อย่างทันท่วงที เท่านั้น หากยังต้องสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ ฟื้นฟูความเชื่อมั่น และ อารมณ์คุณค่าแบรนด์

โดยทั่วไป งานบริหารวิกฤตครอบคลุมทั้ง การเตรียมพร้อมก่อนเกิดวิกฤต: จัดทำแผนรับมือวิกฤต (crisis response plan) กำหนดบทบาทหน้าที่ และฝึกอบรมทีมสื่อสารวิกฤต การตอบสนองเมื่อเกิดวิกฤต: ออกแถลงการณ์สาธารณะอย่างทันท่วงที และสื่อสารเชิงรุกกับสื่อมวลชนและสาธารณชน เพื่อควบคุมสถานการณ์และเร่งการฟื้นตัวของภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารองค์กร เป็นศาสตร์ที่มีความซับซ้อนและหลายมิติ ไม่เพียงต้องอาศัยองค์ความรู้และทักษะเฉพาะทาง หากยังต้องการ การประสานงานและความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ กับหลายฝ่ายทั้งภายในองค์กรและหน่วยงานภายนอก การกำหนดหน้าที่และองค์ประกอบสำคัญ ของการสื่อสารองค์กรให้ชัดเจน จะช่วยให้องค์กร สื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสนับสนุนการบรรลุ เป้าหมายยุทธศาสตร์ระยะยาว ได้ดีกว่าเดิม

การสื่อสารองค์กร มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการหล่อหลอมแบรนด์ขององค์กร ในการวิจัยหัวข้อ “การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน” ภายใต้กรอบ ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรม องค์กรสามารถ ระบุและสื่อสาร/เผยแพร่เทคโนโลยีแกนหลักและผลลัพธ์เชิงนวัตกรรม ของตนได้อย่างชัดเจน เพื่ออ้าง ความเชื่อมโยงใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ท่ามกลางสภาพแวดล้อมตลาดที่ผันผวน และ กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้าง สถานะและขีดความสามารถในการแข่งขัน ขององค์กร

โดยสรุป การสื่อสารองค์กร คือกระบวนการเชิงระบบว่าด้วยการจัดระเบียบ บริหาร และ ดำเนินการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ครอบคลุมประเด็น ภาพลักษณ์แบรนด์ วัฒนธรรมองค์กร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการบริหารภาวะวิกฤต ในการศึกษาหัวข้อ “การใช้นวัตกรรม การสื่อสาร และกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน” แนวคิด การสื่อสารองค์กรสามารถทำหน้าที่เป็น เครื่องมือสำคัญ เพื่อพิจารณาว่าองค์กรเหล่านี้ ถ่ายทอดคุณค่าของผลิตภัณฑ์/บริการเชิงนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ตลอดจน ใช้ยุทธศาสตร์การสื่อสาร เพื่อเสริมความเข้มแข็งของภาพลักษณ์แบรนด์ ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี และ สถาปนาความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก อันเอื้อให้องค์กร ครอบครองความได้เปรียบในการแข่งขัน ท่ามกลางสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับ “กลยุทธ์”

กลยุทธ์องค์กร คือแผนงานและชุดปฏิบัติการเชิงองค์รวมที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อบรรลุ เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ระยะยาว ทำหน้าที่กำหนดทิศทางและกรอบคิดในการจัดสรรและใช้ทรัพยากรอันจำกัด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืน กลยุทธ์องค์กรครอบคลุมทั้ง การกำหนด

ตำแหน่งทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจลงทุน ควบคู่กับ การออกแบบโครงสร้างองค์กร การหล่อหลอมวัฒนธรรม และภาวะผู้นำ กลยุทธ์ที่เหมาะสมช่วยให้องค์กร ระบุและรับมือโอกาส-ภัยคุกคามภายนอก ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ พร้อมทั้ง ขยายจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนภายใน เพื่อรักษาความสอดคล้องและประสิทธิผล กลยุทธ์จำเป็นต้อง ประเมินและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และพลวัตภายในองค์กร โดยสรุป กลยุทธ์องค์กรทำหน้าที่เสมือน แผนที่และคู่มือ สำหรับความสำเร็จขององค์กรในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.1.4.1 สารสำคัญของกลยุทธ์

กลยุทธ์องค์กร เป็นคำเรียกรวมของยุทธศาสตร์หลักมิติที่องค์กรใช้ โดยบูรณาการทั้ง—แต่ไม่จำกัดเพียง—กลยุทธ์การแข่งขัน การตลาด การพัฒนา แปรนัย การระดมทุน/การเงิน เทคโนโลยี และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (苏钟海等, 2023) แม้แต่ยุทธศาสตร์จะมีลักษณะเฉพาะของตน ทว่ามี เป้าประสงค์แกนกลางร่วมกัน คือการกำหนดแนวทางและมาตรการเพื่อตอบโต้ภัยที่มีลักษณะ องค์กรรวม ระยะยาว และเชิงรากฐาน ขององค์กร

กลยุทธ์การแข่งขัน คือกรอบการวางแผนตำแหน่งและแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรในสนามการแข่งขันทางตลาด แก่นสำคัญอยู่ที่การ กำหนดตำแหน่งของกิจการในตลาด ระบุความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และออกแบบมาตรการเพื่อธำรงและเสริมสร้างความได้เปรียบนั้น (李至圆等, 2022) นอกจากนี้ กลยุทธ์การแข่งขันยังต้องพิจารณา วิธีรับมือและโต้ตอบคู่แข่ง ตลอดจน การปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

กลยุทธ์การตลาด มุ่งเน้นว่าผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรจะถูก เผยแพร่และจำหน่ายในตลาดอย่างไร (高雨果 & 张津铭, 2022) เนื้อหาครอบคลุมหลายมิติ อาทิ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) กลยุทธ์ด้านราคา และ รูปแบบ/วิธีการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิผล ควรคำนึงถึง ความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดเป้าหมาย ตลอดจน ความแตกต่างจากยุทธศาสตร์ของคู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยี มุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนา (R&D) และการสร้างนวัตกรรมขององค์กร (尚纯颖, 2013) ซึ่งต้องอาศัยการปรับปรุงและยกระดับเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อคงความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีในตลาด นอกจากนี้ยังครอบคลุมการร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย เพื่อเข้าถึงองค์ความรู้และเทคโนโลยีล่าสุด

กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ว่าด้วยแนวทางในการดึงดูด หล่อหลอม และธำรงรักษาบุคลากรขององค์กร โดยถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านบุคลากรที่มีประสิทธิผลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง (马娟, 2019) เนื้อหาครอบคลุมถึงการจัดให้มีโอกาสเติบโตและพัฒนาศักยภาพ แก่พนักงาน ตลอดจนการสถาปนา สภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรม เปิดกว้าง และเอื้อต่อแรงจูงใจ เพื่อยกระดับความผูกพันของพนักงานและรักษาบุคลากรคุณภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

โดยสรุป แม้กลยุทธ์องค์กรแต่ละประเภทจะแตกต่างกันทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการ แต่ เป้าหมายเชิงรากฐาน ที่ร่วมกันคือการดำรง ความสำเร็จระยะยาวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ขององค์กร องค์กรจะสามารถก้าว 胜 ในสมรภูมิการแข่งขันที่เข้มข้นได้ก็ต่อเมื่อได้ ไตร่ตรองเชิงลึก และ วางแผนเชิงกลยุทธ์ ต่อประเด็นที่มีลักษณะ องค์กรรวม ระยะยาว และเชิงรากฐาน ของตนอย่างเป็นระบบ

2.1.4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์

การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเป็นกระบวนการเชิงบูรณาการที่ต้องอาศัยการพิจารณาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกหลายประการ โดยปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือการวางแผนวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยพันธกิจ ค่านิยมหลัก และวิสัยทัศน์ อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดทิศทางและอัตลักษณ์ขององค์กร

ตลอดทั้งวงจรชีวิตขององค์กร พันธกิจและวิสัยทัศน์เปรียบเสมือนประภาคารที่คอยส่องสว่างและชี้นำทิศทาง กำหนดความหมายของการดำรงอยู่และเป้าหมายระยะยาวขององค์กร พันธกิจสะท้อนให้เห็นถึงเหตุผลของการดำรงอยู่และเป้าหมายหลักขององค์กร ในขณะที่วิสัยทัศน์แสดงถึงสถานะในอนาคตที่องค์กรปรารถนาจะบรรลุ (เย่ จื้อเวย์ และคณะ, 2023) บนพื้นฐานดังกล่าว ค่านิยมหลักทำหน้าที่เป็นหลักการชี้นำในการตัดสินใจและการปฏิบัติการ เพื่อให้มั่นใจว่าในกระบวนการดำเนินกลยุทธ์ องค์กรจะยังคงรักษาเอกลักษณ์และมุมมองระยะยาวได้อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างของเนสกาแฟแสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จขององค์กรไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดที่โดดเด่นเท่านั้น หากยังมาจากวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและค่านิยมที่มั่นคง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความสำเร็จและได้รับการยอมรับอย่างต่อเนื่องในตลาดระดับโลก

นอกจากนี้ สิ่งแวดล้อมภายนอกยังเป็นปัจจัยที่ไม่อาจมองข้ามต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (หวัง อวิเทา และ ต้วน เมิ่งหฺราน, 2019) โดยสิ่งแวดล้อมมหภาค อาทิ ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ล้วนก่อให้เกิดบริบทภายนอกโดยรวมที่องค์กรต้องเผชิญ ขณะที่ในระดับอุตสาหกรรม โมเดลห้าพลังการแข่งขันของพอร์เตอร์ (Porter's Five Forces Model) ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์ที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างผู้จัดหา ลูกค้า คู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ทดแทน และผู้เข้ามาใหม่ที่มีศักยภาพ

สำหรับปัจจัยภายในองค์กร ความสามารถเชิงการแข่งขันหลัก (Core Competence) และวัฒนธรรมองค์กรถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดทิศทางของกลยุทธ์ (หยาง หลิน และคณะ, 2020) โดยความสามารถเชิงการแข่งขันหลักสะท้อนถึงข้อได้เปรียบเฉพาะตัวขององค์กรในตลาด ซึ่งเป็นรากฐานในการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและการขับเคลื่อนนวัตกรรม ขณะเดียวกันวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและรูปแบบการตัดสินใจของพนักงาน ดังที่มินซ์เบิร์กได้กล่าวไว้ใน The Strategy Process ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของวัฒนธรรมองค์กร เช่น สไตล์การตัดสินใจและค่านิยมหลัก อาจทำหน้าที่เป็นทั้งแรงสนับสนุนหรืออุปสรรคต่อการกำหนดและการดำเนินกลยุทธ์

โดยสรุป การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเป็นกระบวนการเชิงบูรณาการที่ต้องพิจารณาทั้งทรัพยากรและขีดความสามารถภายใน ตลอดจนสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างรอบด้าน องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ปรับตัว และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ เพื่อให้มั่นใจว่ากลยุทธ์ที่กำหนดสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างสำเร็จ

2.1.4.3 การจำแนกประเภทของกลยุทธ์ กรอบแนวคิด

ในศาสตร์การจัดการและการตัดสินใจทางธุรกิจ “รูปแบบของกลยุทธ์” (Strategic Forms) หมายถึงเส้นทางเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ พร้อมทั้งแนวทางการตอบสนองที่สอดคล้องกัน ภายใต้ลักษณะการดำเนินงานและเป้าหมายที่แตกต่างกัน รูปแบบกลยุทธ์สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ กลยุทธ์เชิงขยาย (Expansion Strategy), กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) และ กลยุทธ์เชิงหดตัว (Retrenchment Strategy) รูปแบบทั้งสามนี้สะท้อนถึงทางเลือกและการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ขององค์กรในบริบทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่แตกต่างกัน รวมถึงสถานการณ์ภายในขององค์กรเอง

(1) กลยุทธ์เชิงขยาย (Expansion Strategy) กลยุทธ์เชิงขยายคือแนวทางที่องค์กรมุ่งเน้นการเติบโตและการเพิ่มขอบเขตการดำเนินงาน ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ขยายฐานลูกค้า และเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว กลยุทธ์นี้อาจดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายตลาดไปยังพื้นที่หรือกลุ่มลูกค้าใหม่ การควบรวมและซื้อกิจการ (M&A) ตลอดจนการลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร กลยุทธ์เชิงขยาย ถือเป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการเติบโตอย่างเชิงรุก (ฉือ อิงชิง และคณะ, 2001) โดยกลยุทธ์ลักษณะนี้เหมาะสมกับองค์กรที่ทรงความเป็นผู้นำตลาด องค์กรที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ตลอดจนผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมเกิดใหม่ กลยุทธ์เชิงขยายสามารถจำแนกย่อยได้เป็น กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy), กลยุทธ์การกระจายธุรกิจ (Diversification Strategy) และ กลยุทธ์การร่วมดำเนินงาน (Joint Venture/Strategic Alliance Strategy) ซึ่งล้วนเป็นแนวทางสำคัญในการขยายขอบเขตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2) กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy) กลยุทธ์ดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยวิธีการที่ใช้สามารถครอบคลุมถึงการขยายกำลังการผลิต การยกระดับศักยภาพการผลิต การเพิ่มคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ การเข้าสู่ตลาดใหม่ การลดต้นทุน ตลอดจนการระดมทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (จาจ ตงหยาง, 2019) แก่นสำคัญของกลยุทธ์นี้อยู่ที่การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม ทั้งนี้ กลยุทธ์การแข่งขันที่พบบ่อย เช่น กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาด มักถูกอธิบายไว้ใน

วรรณกรรมภายใต้ชื่อ “กลยุทธ์การดำเนินงาน (Business Strategy)” หรือ “กลยุทธ์การแข่งขันโดยตรง (Direct Competitive Strategy)”

3) กลยุทธ์การกระจายธุรกิจ (Diversification Strategy) กลยุทธ์การกระจายธุรกิจ (Diversification Strategy) หมายถึงการที่องค์กรมุ่งเข้าสู่สองอุตสาหกรรมหรือมากกว่านั้นในเวลาเดียวกัน โดยรูปแบบหลักประกอบด้วย การกระจายธุรกิจแบบกลมเกลียว (Concentric Diversification), การกระจายธุรกิจในแนวนอน (Horizontal Diversification) และ การกระจายธุรกิจแบบผสมผสาน (Conglomerate Diversification) (จาง เสี่ยวเสี่ยว, 2020) กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้สูงสุด ลดแรงกดดันจากการแข่งขัน บรรเทาความเสี่ยงทางธุรกิจ และเร่งการพัฒนาไปสู่องค์กรในลักษณะกลุ่มธุรกิจ (Group-oriented Development) อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินกลยุทธ์นี้ องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาระดับความเกี่ยวข้องระหว่างอุตสาหกรรม ความสามารถในการควบคุมการจัดการ และความเสี่ยงของการลงทุนข้ามอุตสาหกรรมอย่างรอบคอบ

4) กลยุทธ์การร่วมทุน (Joint Venture Strategy) กลยุทธ์การร่วมดำเนินงาน (Joint Operation Strategy) มุ่งเน้นไปที่การรวมตัวหรือความร่วมมือระหว่างองค์กรอิสระสองแห่งหรือมากกว่า เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวม เร่งกระบวนการขยายตลาด และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจต่อขนาด (Economies of Scale) (เกา หมิง และคณะ, 2021) รูปแบบที่พบได้บ่อยของการร่วมดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การบูรณาการ (Integration Strategy), กลยุทธ์กลุ่มธุรกิจ (Corporate Group Strategy), กลยุทธ์การควบรวมองค์กร (Merger Strategy) และ กลยุทธ์การเข้าซื้อกิจการ (Acquisition Strategy)

โดยสรุป กลยุทธ์เชิงขยายขอบแนวทางและวิธีการที่หลากหลายให้องค์กรสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ขยายขอบเขตการดำเนินงาน และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในการนำกลยุทธ์เหล่านี้ไปใช้ องค์กรจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์และการตัดสินใจอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจได้ถึงความสำเร็จและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่เลือกใช้

(2) กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy)

กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) ถือเป็นหนึ่งในทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กร ซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินงานอย่างรอบคอบและระมัดระวังในท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของตลาด เมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่มุ่งขยายตัวและสร้างนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงและการพัฒนาที่ต่อเนื่องมากกว่า กลยุทธ์ในลักษณะนี้มักเหมาะสมกับองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงองค์กรขนาดใหญ่ที่กำลังเผชิญปัญหาทางธุรกิจหรือสภาวะตลาดถดถอย โดยแก่นสำคัญของกลยุทธ์คือการรักษาตำแหน่งทางการตลาดที่มีอยู่ มากกว่าการเร่งรีบเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด

ประการแรก กลยุทธ์ไร้การเติบโต (No-Growth Strategy) ในฐานะหนึ่งในรูปแบบของกลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพ มีแนวคิดมุ่งรักษาตัวชี้วัดสำคัญขององค์กร อาทิ ปริมาณการผลิต แปรณ

ภาพลักษณ์ และตำแหน่งทางการตลาด ให้อยู่ในระดับที่มั่นคงภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดปัจจุบัน กลยุทธ์นี้ไม่ใช่เพียงการคงสภาพเดิมอย่างเฉยเมย แต่เป็นการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่เกิดจากความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในศักยภาพหลักขององค์กรและพลวัตของตลาด องค์กรที่เลือกใช้กลยุทธ์ไร้การเติบโต มักตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า ในบางช่วงเวลา การพัฒนาที่มั่นคงและมีเสถียรภาพย่อมสมเหตุสมผลกว่าการขยายตัวอย่างเร่งรีบ ซึ่งจะเอื้อต่อความมั่นคงและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ประการที่สอง กลยุทธ์การเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Growth Strategy / 微增长战略) พัฒนามาจากแนวคิดของกลยุทธ์ไร้การเติบโต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงเจาะจงในบางส่วนของตลาดเฉพาะกลุ่มหรือโอกาสที่มีศักยภาพ (เผิง ตงหลิน, 2019) แม้ว่าระดับการแข่งขันโดยรวมอาจเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับฐานเดิม แต่กลยุทธ์นี้สะท้อนถึงความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความสามารถในการปรับตัวขององค์กร กลยุทธ์ดังกล่าวมิได้มุ่งเพียงรักษาตำแหน่งทางการตลาดที่มีอยู่เท่านั้น หากยังพยายามสร้างความได้เปรียบและโอกาสเพิ่มเติมในบางสาขาที่มีแนวโน้มเติบโตสูง

กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) มีบทบาทสำคัญในการสร้างสมดุลและความมั่นคงในการเลือกกลยุทธ์ขององค์กร แม้อัตราการพัฒนาอาจดำเนินไปอย่างช้าและยากที่จะเห็นการเติบโตที่ชัดเจนในระยะสั้น แต่กลยุทธ์นี้สามารถควบคุมความเสี่ยงทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงในระยะยาว นอกจากนี้ กลยุทธ์เชิงรักษาเสถียรภาพยังช่วยให้องค์กรสามารถสร้างแนวป้องกันที่แข็งแกร่งในตลาดที่มีการแข่งขันสูง เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรจะไม่สูญเสียตำแหน่งของตนได้โดยง่ายภายใต้ความผันผวนของตลาด

(3) กลยุทธ์เชิงหดตัว (Retrenchment Strategy)

ในกรอบการจัดการเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงหดตัว (Retrenchment Strategy) มักถูกมองว่าเป็นเส้นทางเชิงอนุรักษ์ซึ่งเหมาะสมในสถานการณ์เฉพาะ เมื่อองค์กรเผชิญกับภาวะตลาดซบเซา ภาวะเงินเฟ้อ การเข้าสู่ช่วงถดถอยของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการบริหาร การขาดทุนจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ความตึงตัวของสภาพคล่องทางการเงิน ข้อจำกัดด้านทรัพยากร หรือเมื่อทิศทางการพัฒนาขององค์กรขาดความชัดเจน กลยุทธ์นี้จึงมักกลายเป็นทางเลือกที่มีประสิทธิผลในการคงอยู่ขององค์กร (จาง เสี่ยวลี่, 2014) แก่นสำคัญของกลยุทธ์ดังกล่าวอยู่ที่การถอยเชิงกลยุทธ์อย่างมีแบบแผน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาในอนาคต หรือเพื่อเปิดโอกาสให้องค์กรสามารถฟื้นตัวและเริ่มต้นใหม่ได้อย่างมั่นคงยิ่งขึ้น

ภายในกรอบของกลยุทธ์เชิงหดตัว กลยุทธ์การถ่ายโอน (Turnaround / Transfer Strategy) มีลักษณะสำคัญคือการที่องค์กรมุ่งปรับเปลี่ยนเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและมีนัยสำคัญ ไม่ใช่เพียงการแก้ไขแผนธุรกิจเพียงหนึ่งรายการ แต่หมายถึงการพิจารณาใหม่อย่างลึกซึ้งต่อการวางตำแหน่งขององค์กรในตลาดหรืออุตสาหกรรม ตัวอย่างเช่น การถอนตัวออกจากตลาดขนาดใหญ่ที่มีการแข่งขันรุนแรง ไปสู่ตลาดขนาดเล็กที่มีแรงกดดันทางการแข่งขันน้อยกว่า หรือการเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมที่ต้องการเทคโนโลยีสูง ไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำกว่า แต่มีโอกาสด้านการตลาดมากกว่า การถ่าย

โอนเชิงกลยุทธ์ในลักษณะนี้ช่วยให้องค์กรสามารถค้นหาพื้นที่การพัฒนาที่สอดคล้องกับศักยภาพที่แท้จริงของตนเองได้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การถอนตัว (Exit / Divestment Strategy) มุ่งเน้นการถอยเชิงกลยุทธ์จากบางตลาดหรือบางภูมิภาคอย่างมีการคัดเลือก ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการลดการลงทุนในบางสายธุรกิจ การปรับลดกำลังการผลิต หรือการละทิ้งตลาดที่ไม่สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อีกต่อไป (จาจ กวงหมิง, 2001) เป้าหมายสำคัญของกลยุทธ์นี้คือการจัดสรรและรวมศูนย์ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อนำไปเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักที่ยังมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันสูง

กลยุทธ์การชำระบัญชี (Liquidation Strategy) ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีลักษณะเชิงรุกและรุนแรงมากกว่า โดยเกี่ยวข้องกับการขายสินทรัพย์บางส่วนหรือทั้งหมดขององค์กร เพื่อใช้ในการชำระหนี้สินหรือยุติการดำเนินงานชั่วคราว (หยาง จี, 2006) กลยุทธ์นี้มีักถูกนำมาใช้เป็นมาตรการฉุกเฉินเมื่อองค์กรประสบกับภาวะวิกฤตอย่างรุนแรง โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการรักษาไว้ซึ่งคุณค่าหลักขององค์กรและลดการสูญเสียให้น้อยที่สุด

การประยุกต์ใช้ **กลยุทธ์เชิงหดตัว (Retrenchment Strategy)** สามารถช่วยให้องค์กรบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม เพื่อรักษาขีดความสามารถหลักของกิจการ การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยบรรเทาความกดดันด้านการดำเนินงาน แต่ยังสามารถปูพื้นฐานสำหรับการพัฒนาในอนาคต อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์นี้ก็มีความเสี่ยงที่ชัดเจน เช่น การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์บ่อยครั้งเกินไปอาจก่อให้เกิดการสูญเสียทรัพยากร ทำลายภาพลักษณ์สาธารณะขององค์กร ลดขวัญและกำลังใจของพนักงาน และอาจนำไปสู่การสูญเสียบุคลากรที่มีคุณค่า ดังนั้น ในการดำเนินกลยุทธ์เชิงหดตัว องค์กรจำเป็นต้องเสริมสร้างกรอบความคิดด้านการจัดการ ปรับปรุงระบบการบริหาร จัดโครงสร้างองค์กรให้กระชับ ใช้เงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าองค์กรยังคงรักษาทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนในระหว่างกระบวนการปรับตัว

2.1.4.4 องค์ประกอบหลักของกลยุทธ์

การก่อรูปของกลยุทธ์องค์กรเกิดจากกระบวนการตัดสินใจเชิงบูรณาการที่อาศัยองค์ประกอบหลายประการ โดยในที่นี้จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกต่อ องค์ประกอบหลักสี่ประการ ที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางและความสำเร็จของกลยุทธ์องค์กร

(1) **ขอบเขตการดำเนินงาน หรือ Business Scope** ทุกองค์กรจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตการดำเนินงานหลัก ของตนเองอย่างชัดเจน ซึ่งมีได้หมายถึงเพียงการเลือกอุตสาหกรรมหรือกลุ่มตลาดใดตลาดหนึ่งเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการระบุตำแหน่งที่องค์กรยืนอยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำเสนอ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่องค์กรต้องการให้บริการ (เหอ ฉี, 2012) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสิ่งแวดล้อมที่ตนดำเนินงานอยู่ แสดงให้เห็นว่าการกำหนดขอบเขตการดำเนินงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ การกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนยังทำหน้าที่เป็นเข็มทิศที่ให้ทิศทางและกรอบการพัฒนาขององค์กรในอนาคต

(2) **การจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation)** ทรัพยากรไม่ได้เป็นเพียงสินทรัพย์ขององค์กรเท่านั้น หากแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรบรรลุพันธกิจและเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรด้านกายภาพ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี หรือภาพลักษณ์แบรนด์ ล้วนจำเป็นต้องได้รับการจัดสรรและการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม (ผู้ ตง, 2020) กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรควรสอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทรัพยากรทุกประเภทสามารถสนับสนุนการเติบโตขององค์กรและการเพิ่มผลกำไรสูงสุดได้ การจัดสรรทรัพยากรที่ไม่เหมาะสมอาจนำไปสู่ความสูญเสียเปล่า ลดทอนประสิทธิภาพ และอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการอยู่รอดและการพัฒนาในอนาคตขององค์กร

(3) **ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)** ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในตลาด องค์กรจำเป็นต้องสร้างและรักษา ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งอาจเกิดจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตลอดจนความสำเร็จของกลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร (อวี๋ ฮุยซิน & ซิง ลีฮวิน, 2019) ไม่ว่าความได้เปรียบดังกล่าวจะมีที่มาอย่างไร สิ่งนี้ช่วยให้องค์กรสามารถโดดเด่นท่ามกลางคู่แข่งและดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น อีกทั้ง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ต่อเนื่อง ยังเอื้อให้องค์กรสามารถปรับตัวและพัฒนาได้ดียิ่งขึ้นภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของตลาด

(4) **อานิสงส์จากการทำงานร่วมกัน / Synergy Effect** หน่วยงานและฝ่ายหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรไม่ควรถูกแยกออกจากกันอย่างโดดเดี่ยว หากแต่ควรทำงานร่วมกันเพื่อแสวงหาผลลัพธ์ที่สูงกว่า (หลิว จื้ออิง, 2020) ความร่วมมือเชิงประสานนี้ไม่เพียงช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน แต่ยังสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้แก่องค์กรได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ความร่วมมือระหว่างฝ่ายวิจัยและพัฒนา กับฝ่ายการขายอาจช่วยเร่งการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ในขณะที่การประสานงานระหว่างทีมการผลิตและซัพพลายเชนสามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้ โดยสรุปแล้ว 协同效应 (Synergy Effect) ทำให้องค์กรมีศักยภาพโดยรวมที่เหนือกว่าผลรวมของแต่ละส่วน และก่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นแก่องค์กร

หน่วยงานและฝ่ายหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรไม่ควรถูกแยกออกจากกันอย่างโดดเดี่ยว หากแต่ควรทำงานร่วมกันเพื่อแสวงหาผลลัพธ์ที่สูงกว่า (หลิว จื้ออิง, 2020) ความร่วมมือเชิงประสานนี้ไม่เพียงช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน แต่ยังสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้แก่องค์กรได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ความร่วมมือระหว่างฝ่ายวิจัยและพัฒนา กับฝ่ายการขายอาจช่วยเร่งการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ในขณะที่การประสานงานระหว่างทีมการผลิตและซัพพลายเชนสามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้ โดยสรุปแล้ว 协同效应 (Synergy Effect) ทำให้องค์กรมีศักยภาพโดยรวมที่เหนือกว่าผลรวมของแต่ละส่วน และก่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นแก่องค์กร

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม (Innovation-Related Conceptual Theories)

นวัตกรรมคือกระบวนการก้าวข้ามและปรับปรุงวิธีคิดแบบดั้งเดิมหรือแนวทางปฏิบัติที่มีอยู่เดิม โดยการนำเสนอแนวคิด เทคโนโลยี หรือกระบวนการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใหม่

หรือความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างคุณค่าและประสิทธิผลที่สูงกว่าเดิม

2.1.5.1 นัยสำคัญของนวัตกรรม (Innovation Connotation)

นวัตกรรมมิได้หมายถึงเพียงการนำสิ่งใหม่มาแทนที่สิ่งเก่าเท่านั้น หากแต่ยังหมายถึงการสร้างคุณค่าใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนให้แก่ลูกค้า ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่โลกาภิวัตน์ทวีความเข้มข้นและการแข่งขันทวีความรุนแรง องค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายและโอกาสมากมาย การมอบคุณค่าใหม่แก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองหรือแม้แต่ยังไม่ถูกตระหนักถือเป็นกุญแจสำคัญที่ให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ความเป็นนวัตกรรมที่แท้จริงไม่เพียงแต่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับคุณค่าใหม่ แต่ยังสามารถเปลี่ยนความต้องการแฝงให้กลายเป็นโอกาสเชิงพาณิชย์ ซึ่งเอื้อต่อการเติบโตและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

แม้ว่ากำไรจะเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของการดำเนินธุรกิจ แต่อัตลักษณ์ที่แท้จริงของนวัตกรรมมิได้มุ่งเน้นเพียงการสร้างผลกำไร หากแต่เน้นไปที่การสร้างฐานลูกค้าอย่างยั่งยืน ในบางกรณีการมุ่งแสวงหากำไรอาจทำให้องค์กรลดทอนคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า แม้แนวทางดังกล่าวอาจนำผลตอบแทนมาได้ในระยะสั้น แต่ในระยะยาวกลับเสี่ยงต่อการสูญเสียลูกค้าและนำไปสู่ความเสื่อมถอยขององค์กร นวัตกรรมที่แท้จริงจึงควรยึดหลัก ความเป็นศูนย์กลางของลูกค้า (Customer-Centricity) โดยมุ่งสร้างและส่งมอบคุณค่าที่แท้จริงให้แก่ลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดสถานการณ์แบบ Win-Win ที่ทั้งองค์กรและลูกค้าล้วนได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ความใหม่เพียงอย่างเดียวมิได้หมายความว่านั่นคือนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์บางอย่างอาจถือเป็นของใหม่ แต่หากไม่สามารถสร้างคุณค่าที่แท้จริงแก่ลูกค้าได้ ก็ไม่อาจถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมในความหมายที่แท้จริงได้เช่นกัน ในทำนองเดียวกัน ธุรกิจเริ่มต้นใหม่อาจนำมาซึ่งโอกาสและความท้าทายใหม่ ๆ แต่หากไม่สามารถสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ลูกค้าได้ ก็ไม่อาจถูกจัดว่าเป็นนวัตกรรมอย่างแท้จริง

นวัตกรรมมิได้หมายถึงเพียงการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เท่านั้น หากยังเป็นกระบวนการจัดการที่มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรใหม่และการเสริมสร้างขีดความสามารถใหม่ให้แก่องค์กร กิจกรรมนวัตกรรมที่มีประสิทธิผลสามารถสร้างทรัพยากรใหม่ เปิดโอกาสใหม่ และช่วยให้องค์กรบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน ในฐานะที่เป็นแนวปฏิบัติด้านการจัดการ นวัตกรรมจึงจำเป็นต้องยึดหลักการและเงื่อนไขที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว รวมถึงต้องอาศัยการฝึกอบรมและการเรียนรู้อย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

นวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อทุกประเภทขององค์กร ไม่เพียงเฉพาะองค์กรธุรกิจเท่านั้น แต่องค์กรไม่แสวงหากำไรและสถาบันสาธารณะก็ล้วนต้องการนวัตกรรมเช่นเดียวกัน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทุกองค์กรจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อรับมือกับความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ รวมทั้งเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตน

แม้ว่าการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องอาจก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมบางประการ แต่นวัตกรรมเชิงพลิกโฉม (Disruptive Innovation) มักมีที่มาจากความหึงหวั่นถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า การทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ต่อความต้องการดังกล่าว ทำให้องค์กรสามารถค้นพบโอกาสใหม่และสร้างคุณค่าที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการบรรลุนวัตกรรมเชิงพลิกโฉมอย่างแท้จริง

แม้ว่านวัตกรรมจะมีความเสี่ยงในตัวเอง แต่การปฏิสนธินวัตกรรมกลับอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่รุนแรงยิ่งกว่า ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรไม่อาจพึ่งพาเพียงประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต หากแต่จำเป็นต้องนำนวัตกรรมมาใช้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับความท้าทายและคว้าโอกาสใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

นวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนความก้าวหน้าและความมั่นคงของสังคม ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม องค์กรไม่เพียงสามารถสร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ให้แก่ตนเอง แต่ยังสามารถสร้างคุณค่าแก่สังคมโดยรวม อันเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้สังคมก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในยุคอินเทอร์เน็ตปัจจุบัน นวัตกรรมได้กลายเป็นขีดความสามารถหลักของทั้งองค์กรและปัจเจกบุคคล ภายใต้การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด นวัตกรรมจึงเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จของทุกองค์กรและบุคคล การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเท่านั้นที่จะทำให้สามารถครองความได้เปรียบในการแข่งขัน และบรรลุความสำเร็จอย่างยั่งยืนในโลกที่หมุนเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว

2.1.5.2 เนื้อหาสาระของนวัตกรรม (Innovation Content)

นวัตกรรมในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์เชิงพหุมิติ สามารถจำแนกได้เป็นหลายประเภทหลัก ได้แก่ นวัตกรรมทางทฤษฎี นวัตกรรมทางระบบสถาบัน นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมทางวัฒนธรรม ตลอดจนรูปแบบอื่น ๆ ของนวัตกรรมอีกมากมาย นวัตกรรมมิใช่เพียงแนวคิดใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่ในสาขาใดสาขาหนึ่ง หากแต่เป็นการแสดงออกเชิงบูรณาการในหลายสาขาและหลายมิติ โดยแต่ละมิติของนวัตกรรมต่างมีลักษณะและบทบาทเฉพาะ แต่ล้วนมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

นวัตกรรมทางทฤษฎี (Theoretical Innovation) ทำหน้าที่เป็นพลังขับเคลื่อนเชิงแนวทาง ซึ่งมอบรากฐานทางวิชาการและทิศทางให้แก่นวัตกรรมประเภทอื่น ๆ ทฤษฎีคือการทำให้ความรู้มีความเป็นระบบและการสรุปอย่างมีหลักการ ขณะที่นวัตกรรมทางทฤษฎีคือการยกระดับและขยายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น นวัตกรรมทางทฤษฎีสามารถนำเสนอความเข้าใจใหม่และแนวทางแก้ไขต่อประเด็นและความท้าทายร่วมสมัย อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นฐานสนับสนุนและแนวทางชี้แนะนวัตกรรมในด้านอื่น ๆ

นวัตกรรมทางระบบ/สถาบัน (Institutional Innovation) มีบทบาทสำคัญในการสร้างหลักประกันและเงื่อนไขที่เอื้อต่อการดำเนินและพัฒนากิจกรรมนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ระบบหรือสถาบันถือเป็นกลไกที่สะท้อนถึงการกำหนดกติกาและข้อจำกัด ขณะที่นวัตกรรมทางระบบหมายถึงการปรับปรุงและยกระดับระบบที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับความต้องการใหม่ ๆ ของการพัฒนา จุดมุ่งหมายคือเพื่อ

สร้างกรอบเชิงสถาบันที่เข้มแข็งและยืดหยุ่น ซึ่งสามารถรองรับและสนับสนุนนวัตกรรมประเภทอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Technological Innovation) เป็นพลังขับเคลื่อนหลักของกิจกรรมนวัตกรรม เนื่องจากมีบทบาทโดยตรงในการผลักดันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาสังคม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในฐานะเครื่องมือสำคัญของความก้าวหน้ามนุษย์ มิได้จำกัดอยู่เพียงการปรับปรุงหรือยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ แต่ยังรวมถึงการสำรวจความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ของเทคโนโลยีและศักยภาพในการประยุกต์ใช้ นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงขับเคลื่อนใหม่ให้แก่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันความเจริญก้าวหน้าของอารยธรรมมนุษย์

นวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovation) ทำหน้าที่เป็นแรงสนับสนุนทางปัญญา โดยมอบทรัพยากรด้านความคิดและวัฒนธรรมที่หลากหลายแก่นวัตกรรมรูปแบบต่าง ๆ วัฒนธรรมคือผลลัพธ์ของจิตวิญญาณและภูมิปัญญามนุษย์ ขณะที่นวัตกรรมทางวัฒนธรรมหมายถึงการสืบสานและต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างวิถีคิดใหม่และมุมมองด้านสุนทรียะที่แตกต่าง การสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมเช่นนี้สามารถทำหน้าที่เป็นฐานความคิดและแรงบันดาลใจที่สำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมด้านอื่น ๆ

นอกเหนือจากประเภทนวัตกรรมหลักที่กล่าวมาแล้ว ยังมีนวัตกรรมในรูปแบบอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งต่างก็มีบทบาทสำคัญในแต่ละสาขา ไม่ว่าจะเป็น นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ (Business Model Innovation), นวัตกรรมด้านการจัดการ (Managerial Innovation) หรือ นวัตกรรมในสาขาอื่น ๆ ล้วนเป็นพลังสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างพลวัตและพลังขับเคลื่อนใหม่ให้แก่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

โดยสรุป กิจกรรมนวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบต่างมีความเชื่อมโยงและปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยร่วมกันทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังสร้างคุณค่าและโอกาสใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนให้แก่มนุษยชาติ

2.1.5.3 กระบวนการนวัตกรรม (Innovation Process)

ในฐานะที่นวัตกรรมเป็นกระบวนการเชิงระบบที่มีความซับซ้อน สามารถจำแนกขั้นตอนออกเป็น ห้าขั้นตอนสำคัญ ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีบทบาทเฉพาะในการผลักดันให้นวัตกรรมก่อรูป พัฒนา และขับเคลื่อนไปสู่การประยุกต์ใช้จริง 1. ขั้นตอนการรวบรวมและคัดกรองข้อมูล (Information Collection and Screening Stage)

ในระยะเริ่มต้นของกระบวนการนวัตกรรม ภารกิจหลักคือการรวบรวม จัดระเบียบ และคัดกรองข้อมูลจำนวนมาก เพื่อให้ทิศทางและเป้าหมายของนวัตกรรมสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องเริ่มต้นจากเป้าหมายและความต้องการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งภายในและภายนอกอย่างรอบด้าน ซึ่งครอบคลุมทั้งการวิเคราะห์เชิงลึกถึงปัญหาและความขัดแย้งภายในองค์กร ตลอดจนการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมภายนอกและแนวโน้มตลาด

อย่างถึถ้วน เมื่อปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ได้รับการระบุอย่างชัดเจนแล้ว จะสามารถกำหนดทิศทางที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนกระบวนการนวัตกรรมในขั้นถัดไปได้

2. ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์นวัตกรรม (Innovation Strategy Planning Stage)

เนื่องจากนวัตกรรมย่อมมาพร้อมกับความเสี่ยงในระดับหนึ่ง องค์กรจึงจำเป็นต้องลดความเสี่ยงดังกล่าวให้น้อยที่สุด โดยการกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมที่ชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของตน กลยุทธ์นี้ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของปัจจัยภายในองค์กร เช่น เป้าหมายการพัฒนาในระยะยาว ลักษณะของธุรกิจ และการจัดสรรทรัพยากร ทั้งนี้ การกำหนดกลยุทธ์ควรคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากิจกรรมนวัตกรรมจะสอดคล้องและประสานกลมกลืนกับกลยุทธ์โดยรวมขององค์กร

3. ขั้นตอนการปฏิบัตินวัตกรรม (Innovation Practice Stage)

เมื่อองค์กรได้กำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนสำคัญถัดไปคือการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติ สิ่งที่ต้องตระหนักคือ ไม่มีนวัตกรรมใดที่สามารถออกแบบกลยุทธ์ได้อย่างสมบูรณ์แบบ หากมีว่รอคอยกลยุทธ์ที่สมบูรณ์แบบเกินไป องค์กรอาจสูญเสียช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการนำนวัตกรรมไปใช้ ส่งผลให้นวัตกรรมที่พัฒนามาล่าหลังและไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการได้

4. **ขั้นตอนการปรับปรุงและสะท้อนผลอย่างต่อเนื่อง (Continuous Optimization and Feedback Stage)** ดังที่กล่าวไปแล้วว่า เส้นทางแห่งนวัตกรรมเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและความเสี่ยงเพื่อให้มั่นใจได้ว่านวัตกรรมจะบรรลุผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง ผู้สร้างนวัตกรรมจำเป็นต้องดำเนินการสะท้อนผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดการประชุมหารือเป็นระยะภายในทีม การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างหน่วยงาน ตลอดจนการขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์และพัฒนารอบนวัตกรรมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นได้อย่างทันท่วงที

5. ขั้นตอนนวัตกรรมแบบวนรอบ (Circular Innovation Stage)

ไม่ว่านวัตกรรมที่กำลังดำเนินอยู่จะประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังหรือไม่ สิ่งสำคัญคือการวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับกิจกรรมนวัตกรรมรอบถัดไป องค์กรจำเป็นต้องรักษาความต่อเนื่องของนวัตกรรม แม้ในกรณีที่ประสบความสำเร็จล้มเหลว ก็ต้องกล้าที่จะเรียนรู้จากข้อผิดพลาด เพื่อนำบทเรียนดังกล่าวมาใช้เป็นประสบการณ์อันทรงคุณค่าในการพัฒนานวัตกรรมในอนาคต

โดยสรุป นวัตกรรมมิใช่เพียงการดำเนินการในระยะสั้น หากแต่เป็นกระบวนการระยะยาวที่มีลักษณะเป็นระบบ แต่ละขั้นตอนต่างส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อผลลัพธ์ของนวัตกรรม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องได้รับความสนใจและการให้ความสำคัญอย่างรอบด้าน

2.1.5.4 หลักการของนวัตกรรม (Principles of Innovation)

1. หลักการเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Principle)

ในห้วงประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ เบื้องหลังนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทุกครั้งล้วนมีงานวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ที่ลึกซึ้งเป็นฐานรองรับ ดังนั้นทุกขั้นตอนของนวัตกรรมควรตั้งอยู่บนหลักการและวิธีวิทยาทางวิทยาศาสตร์ หากปราศจากรากฐานดังกล่าว แม้แนวคิดจะชาญฉลาดเพียงใด ก็ยากที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ตัวอย่างเช่น ความพยายามสร้าง “เครื่องจักรนิรันดร์” ที่สามารถทำงานโดย

ไม่สิ้นเปลืองพลังงานและผลิตพลังงานออกมาได้อย่างต่อเนื่อง ล้วนล้มเหลวเพราะขัดแย้งกับกฎพื้นฐานของวิทยาศาสตร์ว่าด้วย “กฎการอนุรักษ์พลังงาน”

ทุกแนวคิดนวัตกรรมก่อนจะถูกนำไปปฏิบัติจริง จำเป็นต้องผ่านการประเมินทางวิทยาศาสตร์อย่างเข้มงวด หากแนวคิดนั้นขัดแย้งกับหลักการทางวิทยาศาสตร์ที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว ก็ย่อมไม่อาจประสบความสำเร็จได้ เราต้องตระหนักว่านวัตกรรมทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ ดังนั้นในการเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม จึงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของเทคโนโลยีและสังคมที่มีอยู่ นวัตกรรมมิได้เป็นเพียงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ที่สำคัญกว่าคือการสร้างเครื่องมือและบริการที่มีประโยชน์ต่อผู้คน ดังนั้น เราจำเป็นต้องมั่นใจว่านวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการมีฟังก์ชันการใช้งานที่สมเหตุสมผล และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง

2. หลักการประเมินค่าตลาด (Market Evaluation Principle)

ตลาดคือสนามทดสอบขั้นสุดท้ายของนวัตกรรม มีแต่นวัตกรรมที่ได้รับการยอมรับจากตลาดเท่านั้นที่สามารถถูกมองว่าเป็นความสำเร็จที่แท้จริง ดังนั้นจึงต้องตระหนักว่า ไม่ใช่ทุกนวัตกรรมทุกอย่างที่จะสามารถได้รับการยอมรับจากตลาดได้ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวนมากอาจได้รับความสนใจอย่างล้นหลามในช่วงแรก แต่สุดท้ายกลับถูกตลาดคัดออกตามกาลเวลา ดังที่เอ็ดสันเคยกล่าวไว้ว่า “ผมไม่คิดจะประดิษฐ์สิ่งที่ขายไม่ออก” นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จมักจะเกิดขึ้นเพื่อตอบโจทยปัญหาที่เร่งด่วนในตลาด หากความต้องการของตลาดต่อปัญหานั้นมีความเข้มข้น นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีจึงควรมีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน ใช้งานง่าย และมอบคุณค่าที่แท้จริงแก่ผู้ใช้ นอกจากนี้ นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จควรมีเสถียรภาพและความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้งานของผู้บริโภค

3. หลักการความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Principle of Relative Advantage)

ในกระบวนการนวัตกรรม เราควรมุ่งแสวงหา **ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ** มากกว่าการไขว่คว้าหาความสมบูรณ์แบบในเชิงสัมบูรณ์ เนื่องจากในโลกแห่งความเป็นจริง ไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการใดที่สามารถทำได้ทุกอย่างข้อบกพร่อง ดังนั้น การประเมินและเปรียบเทียบแนวทางแก้ปัญหาที่เป็นไปได้หลายทางเลือกจึงเป็นสิ่งสำคัญ และควรเลือกแนวทางที่มีข้อได้เปรียบในบริบทแวดล้อมเฉพาะ ตัวอย่างเช่น เมื่อทำการประเมินเทคโนโลยีหนึ่ง ควรพิจารณาว่า แนวทางดังกล่าวมีความก้าวหน้ามากกว่าทางเลือกอื่นหรือไม่ มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจหรือไม่ และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์โดยรวมที่เหมาะสมที่สุดได้หรือไม่

4. หลักการทำให้ง่ายขึ้น (Simplification Principle)

ภายใต้แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบัน ความเรียบง่ายและความสะดวกในการใช้งานได้กลายเป็นคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ การออกแบบที่ซับซ้อนและฟังก์ชันที่เกินความจำเป็นไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอีกต่อไป ดังนั้น การออกแบบนวัตกรรมควรมุ่งสู่ **ความเรียบง่าย**

(Simplicity) โดยลดทอนความซับซ้อนที่ไม่จำเป็น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถเข้าใจได้ง่ายและใช้งานได้สะดวก ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการยอมรับและการแพร่หลายของนวัตกรรมในตลาด

5. หลักการความเป็นเอกลักษณ์ของแนวคิด (Principle of Originality)

คุณค่าสูงสุดของนวัตกรรมอยู่ที่ **ความเป็นเอกลักษณ์** การสร้างนวัตกรรมจึงไม่ควรหยุดอยู่เพียงการลอกเลียนหรือทำซ้ำประสบการณ์ความสำเร็จของผู้อื่น หากแต่ควรมุ่งสร้างสิ่งใหม่ที่สามารถมอบประสบการณ์ที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงให้แก่ตลาด นวัตกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เท่านั้นจึงจะสามารถสร้างคุณค่าที่แท้จริง และได้รับการยอมรับอย่างยั่งยืนจากตลาดในระยะยาว

โดยสรุป นวัตกรรมหมายถึงการคิดค้นและการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ในด้านเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบการจัดการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนความก้าวหน้าของทั้งองค์กรและสังคม ภายใต้การศึกษาประเด็น “การใช้ การเผยแพร่ และกลยุทธ์เชิงนวัตกรรมในการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน” นวัตกรรมถูกกำหนดให้เป็นหลักการเชิงแนวทางที่สำคัญ โดยเน้นการสำรวจว่า วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงนำเอานวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาใช้อย่างไรเพื่อเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด พวกเขาเผยแพร่นวัตกรรมเหล่านี้ผ่านกลไกและวิธีการใดเพื่อเข้าถึงผู้ใช้ในวงกว้าง ตลอดจนการกำหนดและดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและรักษาสถานะความเป็นผู้นำในตลาด

2.1.5.5 ลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation)

นวัตกรรมในฐานะพลังขับเคลื่อนสำคัญต่อความก้าวหน้าของสังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจ ได้รับการให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับองค์กรธุรกิจและวงวิชาการทั่วโลก (Matos et al., 2022) โดยเฉพาะในกระบวนการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน นวัตกรรมไม่เพียงเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แต่ยังทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศโดยรวม (孙凯和郭稳, 2021) การศึกษาลักษณะของนวัตกรรมจึงช่วยเปิดมุมมองที่ลึกซึ้งต่อสาระสำคัญและการแสดงออกของนวัตกรรมในทางปฏิบัติ โดยคุณลักษณะสำคัญของนวัตกรรมประกอบด้วย การมุ่งเน้นคุณค่า (Value Orientation), ความมีเป้าหมายที่ชัดเจน (Purposefulness), ความแปลกใหม่เชิงบูรณาการ (Integrated Novelty), ลักษณะความเสี่ยงสูงแต่ให้ผลตอบแทนสูง (High Risk–High Return) และ ความเป็นตัวขับเคลื่อนเชิง 主观能动性 (Subjective Initiative in Innovation Activities) (Yun et al., 2020)

การมุ่งเน้นคุณค่า (Value Orientation) หมายถึง การที่กิจกรรมนวัตกรรมต้องมีเป้าหมายชัดเจนในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม (Taques et al., 2021) ในกระบวนการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูง นวัตกรรมมิได้หมายถึงเพียงการบรรลุความก้าวหน้าทางเทคนิคเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงการที่เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถแก้ไขปัญหาที่เป็นจริงในสังคมและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสาธารณะได้ (李笑和华桂宏, 2020) ตัวอย่างเช่น การพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์พลังงานใหม่ ไม่เพียงช่วยบรรเทาปัญหาการใช้พลังงานแบบดั้งเดิมและมลภาวะสิ่งแวดล้อม แต่ยังผลักดันให้เกิดการ

ยกระดับและการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งระบบ พร้อมทั้งสร้างความต้องการใหม่ในตลาดและจุดเติบโตทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ (赵小双, 2020)

ความมีเป้าหมายที่ชัดเจน (Purposefulness) เน้นว่านวัตกรรมต้องมีวัตถุประสงค์และทิศทางที่แน่นอน มิใช่เป็นเพียงกิจกรรมที่ดำเนินไปอย่างเลื่อนลอยหรือเกิดจากแรงขับเคลื่อนของความสนใจทางวิทยาศาสตร์เพียงอย่างเดียว การนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจึงควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ความต้องการของตลาด แนวโน้มทางเทคโนโลยี และเป้าหมายการวิจัยและพัฒนา ที่ชัดเจน ตลอดจนมีเส้นทางสู่การพาณิชย์ที่เป็นรูปธรรม (陈子韬等, 2020) ความมีเป้าหมายเช่นนี้ช่วยให้ นวัตกรรมสามารถถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างทั้งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กัน (田喜洲等, 2021)

ความแปลกใหม่เชิงบูรณาการ (Integrated Novelty) สะท้อนว่านวัตกรรมไม่ควรจำกัดอยู่เพียง มิติด้านเทคโนโลยีเท่านั้น หากแต่ต้องครอบคลุมถึงมิติทางความคิด วิธีการ และการจัดการในลักษณะ บูรณาการ (刘洋等, 2020) ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและระบบ เทคโนโลยีที่ซับซ้อน การพึ่งพานวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีเพียงด้านเดียวไม่เพียงพอต่อการตอบสนอง ความต้องการในการพัฒนาขององค์กรอีกต่อไป (柳卸林等, 2020) วิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจึงจำเป็นต้อง อาศัย การบูรณาการความรู้ข้ามสาขาวิชา รูปแบบความร่วมมือข้ามอุตสาหกรรม ตลอดจนการประยุกต์ใช้ โมเดลธุรกิจเชิงนวัตกรรม เพื่อบรรลุความแปลกใหม่ที่ครอบคลุมทั้งในผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และการ บริการ (刘和东和杨丽萍, 2020)

ลักษณะความเสี่ยงสูงแต่ผลตอบแทนสูง (High Risk-High Return) ถือเป็นหนึ่งในคุณลักษณะ สำคัญของกิจกรรมนวัตกรรม (刘超和孙晓鹏, 2020) เนื่องจากกระบวนการนวัตกรรมเต็มไปด้วยความ ไม่แน่นอนหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็น ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ระดับการยอมรับของตลาด หรือ การตอบสนองของคู่แข่ง ซึ่งล้วนสร้างความเสี่ยงให้แก่นวัตกรรม (段勇倩和陈劲, 2021) อย่างไรก็ตาม หากนวัตกรรมสามารถประสบความสำเร็จได้ ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นย่อมมีขนาดมหาศาล ทั้งในแง่การเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การยกระดับศักยภาพในการทำกำไร และในมิติที่กว้างขึ้นยัง สามารถขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยนเชิงอุตสาหกรรมและความก้าวหน้าของสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญ (张 明, 2022)

ความเป็นตัวขับเคลื่อนเชิง (Subjective Initiative in Innovation Activities) เน้นย้ำถึงบทบาท สำคัญของมนุษย์ในกระบวนการนวัตกรรม (丁建国和黄旭平, 2021) ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเชิงกล ยุทธ์ของผู้บริหาร การวิจัยและพัฒนาทางเทคนิคของนักวิทยาศาสตร์และวิศวกร หรือการริเริ่มเชิง สร้างสรรค์ของทีมการตลาด ล้วนสะท้อนให้เห็นถึง ความคิดสร้างสรรค์และความริเริ่มเชิงรุกของบุคลากร ในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนนวัตกรรม ความเป็นตัวขับเคลื่อนเชิง 主观能动性 นี้ถือเป็นหนึ่งในปัจจัย ความสำเร็จของนวัตกรรม ซึ่งไม่เพียงต้องการศักยภาพด้านเทคโนโลยีที่แข็งแกร่งเท่านั้น แต่ยังต้องการ สภาพแวดล้อมทางองค์กรที่ส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม เพื่อปลูกศักยภาพเชิงสร้างสรรค์และแรงจูงใจ ของบุคลากรให้ได้อย่างเต็มที่ (万佳彧等, 2020)

โดยสรุป ลักษณะของนวัตกรรมสะท้อนให้เห็นถึงความซับซ้อนและความเป็นพหุมิติของกิจกรรม นวัตกรรมในกระบวนการพัฒนาของวิสาหกิจเทคโนโลยีชั้นสูง การทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ คุณลักษณะเหล่านี้อย่างลึกซึ้ง ช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางของกระบวนการนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดทิศทางได้อย่างแม่นยำ และปรับใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ส่งผลให้องค์กรสามารถ สร้างความโดดเด่นท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในตลาด พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

2.1.5.6 บทบาทของนวัตกรรม (The Role of Innovation)

นวัตกรรมในฐานะพลังขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาสังคมและความก้าวหน้าทางอารยธรรม ได้ สร้างอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อทุกช่วงตอนของประวัติศาสตร์มนุษยชาติ (韩璐等, 2021) ตั้งแต่การค้นพบ และใช้ไฟในยุคแรกเริ่ม ไปจนถึงการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน แต่ละครึ่งของนวัตกรรม สำคัญได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ต่อวิถีชีวิตมนุษย์และการยกระดับผลิตภาพทางสังคม บทบาท ของนวัตกรรมจึงมิได้จำกัดอยู่เพียงมิติทางเทคโนโลยีเท่านั้น หากแต่แผ่ซ่านลึกไปถึงโครงสร้างทางสังคม รูปแบบทางเศรษฐกิจ และแม้กระทั่งแนวคิดทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยสรุป บทบาทสำคัญของนวัตกรรมสามารถจำแนกได้ 3 ประการ ได้แก่ การตอบสนองความต้องการพื้นฐานของ การดำรงอยู่และการพัฒนามนุษย์ การขยายพรมแดนความรู้เกี่ยวกับโลก 客观 และการยกระดับ ความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากโลก 客观

นวัตกรรมในฐานะการตอบสนองต่อความต้องการดำรงอยู่และการพัฒนาของมนุษย์ ด้วยการขยายตัวของสังคมและการเพิ่มขึ้นของประชากร มนุษยชาติต้องเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อน มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนทรัพยากร การเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนภัยคุกคามจาก โรคภัยต่าง ๆ กิจกรรมนวัตกรรม โดยเฉพาะความก้าวหน้าในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ กลายเป็นคำตอบสำคัญในการรับมือกับปัญหาเหล่านี้ (Wang & Hu, 2020) ตัวอย่างเช่น นวัตกรรมด้าน เกษตรกรรม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอาหาร รองรับการเติบโตของประชากร ความก้าวหน้าทาง การแพทย์ ส่งผลให้ระดับสุขภาพของมนุษย์ดีขึ้นและอายุขัยเฉลี่ยยืนยาวกว่าเดิม ขณะที่ เทคโนโลยี พลังงานสะอาด ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานแบบดั้งเดิมและบรรเทาปัญหามลพิษทาง สิ่งแวดล้อม กิจกรรมนวัตกรรมเหล่านี้ไม่เพียงตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของปัจจุบัน แต่ยัง วางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนของมนุษยชาติในระยะยาว

นวัตกรรมกับการขยายพรมแดนความรู้ของมนุษย์ต่อโลก ทุกความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีสะท้อนถึงการที่มนุษย์ได้เข้าใจและใช้ประโยชน์จากกฎเกณฑ์ของธรรมชาติในระดับที่ลึกซึ้ง ยิ่งขึ้น (Kelly et al., 2021) ตั้งแต่การค้นพบกฎแรงโน้มถ่วงสากลของนิวตัน ไปจนถึงทฤษฎีสัมพัทธภาพ ของไอน์สไตน์ ตั้งแต่กลศาสตร์ควอนตัมไปจนถึงเทคโนโลยีการตัดต่อยีน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีล้วน มีบทบาทในการขยายขอบเขตการรับรู้ของมนุษย์ต่อจักรวาล ชีวิต และสสาร การยกระดับทางความรู้นี้ไม่ เพียงส่งผลให้เกิดเทคโนโลยีใหม่และการประยุกต์ใช้จริง แต่ยังช่วยขยายพรมแดนของอารยธรรมมนุษย์ไป อย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้น เมื่อความเข้าใจต่อโลก ลึกซึ้งมากขึ้น มนุษย์ก็เริ่มหันมาสำรวจคำถาม

เชิงซับซ้อนมากขึ้น เช่น ที่มาของชีวิต หรือโครงสร้างของจักรวาล ซึ่งการแสวงหาคำตอบเหล่านี้ได้กระตุ้นให้เกิดความก้าวหน้าในเชิงวิทยาศาสตร์และการขบคิดทางปรัชญาอย่างต่อเนื่อง

นวัตกรรมกับการเพิ่มขีดความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากโลก นวัตกรรมทางเทคโนโลยีช่วยให้มนุษย์สามารถใช้และปรับเปลี่ยนทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของการพัฒนาสังคม (Omri, 2020) ตัวอย่างเช่น นวัตกรรมด้านวิศวกรรมก่อสร้าง ทำให้มนุษย์สามารถสร้างอาคารที่สูงและมั่นคงขึ้น เพื่อรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการคมนาคม ทำให้สามารถเข้าถึงทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว ลดข้อจำกัดด้านระยะทางลงอย่างมหาศาล ขณะที่ การพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้สร้างเครือข่ายสารสนเทศระดับโลก ทำให้การเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้เกิดขึ้นอย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากกว่าที่เคย ขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้นนี้ไม่เพียงขยายขอบเขตและความลึกซึ้งของกิจกรรมมนุษย์ แต่ยังมอบเครื่องมือและโอกาสใหม่ ๆ สำหรับการแก้ไขปัญหาสังคมที่ซับซ้อน

โดยสรุป นวัตกรรมมีบทบาทที่ไม่อาจทดแทนได้ในการ ตอบสนองต่อความต้องการดำรงอยู่และการพัฒนาของมนุษย์ ขยายพรมแดนความรู้เกี่ยวกับโลก และ ยกกระดับขีดความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากโลก บทบาทเหล่านี้มิได้ดำเนินไปอย่างแยกขาดจากกัน หากแต่เชื่อมโยงและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน จนกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของความก้าวหน้าและการพัฒนาสังคมมนุษย์ในทุกยุคสมัย ในอนาคต ท่ามกลางความท้าทายที่ซับซ้อนและเพิ่มมากขึ้นในระดับโลก ความสำคัญของนวัตกรรมจะยิ่งปรากฏเด่นชัดขึ้น และกลายเป็นพลังหลักในการแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์อนาคตที่ยั่งยืน

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลอง (Concept of Model)

ในหลากหลายสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นวิทยาศาสตร์ ศิลปะ คณิตศาสตร์ หรือปรัชญา แนวคิดเรื่อง “รูปแบบ” (Form) และ “แบบจำลอง” (Model) ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นโครงสร้างหรือกรอบพื้นฐานในการอธิบายและทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดย รูปแบบ (Form) มักหมายถึงโครงสร้างภายนอกหรือรูปลักษณ์ของวัตถุ ระบบ หรือปรากฏการณ์ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในลักษณะกายภาพ ตรรกะ หรือเชิงนามธรรม ขณะที่ แบบจำลอง (Model) คือการแทนค่าที่เรียบง่ายขึ้นของวัตถุหรือปรากฏการณ์เฉพาะเพื่อนำมาใช้ในการจำลอง พยากรณ์ หรือทำความเข้าใจพฤติกรรมของมัน แบบจำลองอาจอยู่ในรูปแบบคณิตศาสตร์ กายภาพ หรือเชิงแนวคิด ทั้ง “รูปแบบ” และ “แบบจำลอง” จึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้เราเข้าใจ วิเคราะห์ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อตีความและอธิบายความเป็นจริงในโลกอย่างมีระบบมากขึ้น

2.1.6.1 ประวัติความเป็นมาของแบบจำลอง (History of Models)

นับตั้งแต่สมัยโบราณ มนุษย์พยายามทำความเข้าใจและอธิบายกลไกการทำงานของโลกอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถอธิบาย ทำนาย และควบคุมปรากฏการณ์ทางธรรมชาติและสังคมได้ดียิ่งขึ้น มนุษย์จึงได้สร้าง “รูปแบบ” และ “แบบจำลอง” ในลักษณะต่าง ๆ ขึ้นมา การพัฒนาเหล่านี้สะท้อนถึงความพยายามของมนุษย์ในการใช้เครื่องมือเชิงนามธรรมและเชิงกายภาพเพื่อทำความเข้าใจ

สิ่งแวดล้อมรอบตัว และได้กลายเป็นรากฐานสำคัญของวิทยาศาสตร์และความรู้ในแขนงต่าง ๆ ต่อมา บทสรุปต่อไปนี้เป็นภาพรวมของพัฒนาการของ “รูปแบบ” และ “แบบจำลอง” ในประวัติศาสตร์

อารยธรรมโบราณ เช่น อียิปต์ บาบิโลน กรีก และจีน ต่างมี “แบบจำลองจักรวาล” ของตนเอง แบบจำลองเหล่านี้มักตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อทางศาสนา ปรัชญา และการสังเกตทางดาราศาสตร์ โดยมีเป้าหมายเพื่ออธิบายการเคลื่อนที่ของดวงดาวและตำแหน่งของมนุษย์ในจักรวาล ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ แบบจำลองเอกภพแบบภูมิโลกเป็นศูนย์กลาง (Geocentric Model) ของ ปโตเลมี (Ptolemy) ซึ่งเสนอว่าดวงดาวและดาวเคราะห์ทุกดวงโคจรรอบโลก แบบจำลองนี้แม้จะมีข้อจำกัด แต่ก็มีอิทธิพลต่อความคิดทางดาราศาสตร์และปรัชญาตะวันตกมาอย่างยาวนาน

ในยุคกลาง การแพร่หลายของ ตัวเลขอารบิกและสัญลักษณ์ศูนย์ ได้เปลี่ยนแปลงวิธีคิดทางคณิตศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญ การนำระบบสัญลักษณ์ใหม่นี้มาใช้ไม่เพียงช่วยให้การคำนวณมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังวางรากฐานให้กับการพัฒนาวิธีการทางคณิตศาสตร์เชิงรูปแบบ (Formalized Mathematical Methods) ที่ซับซ้อนกว่าเดิม การปฏิวัติทางคณิตศาสตร์ดังกล่าวได้กลายเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการปฏิวัติทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Revolution) ในเวลาต่อมา และเปิดโอกาสให้สามารถสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่ซับซ้อนและแม่นยำมากขึ้น

ในยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ต่อโลกได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ การสังเกตและการทดลอง ได้รับความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ปรากฏการณ์นี้นำไปสู่การสร้างคำอธิบายที่แม่นยำยิ่งขึ้นเกี่ยวกับธรรมชาติ ตัวอย่างที่สำคัญคือ แบบจำลองจักรวาลศูนย์กลางดวงอาทิตย์ (Heliocentric Model) ของ โคเปอร์นิคัส (Copernicus) ซึ่งได้ท้าทายแนวคิดดั้งเดิมเรื่องเอกภพศูนย์กลางโลก และวางรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนา ดาราศาสตร์สมัยใหม่

ด้วยการมาถึงของ การปฏิวัติอุตสาหกรรม ความต้องการด้านการออกแบบเครื่องจักร และระบบที่มีความแม่นยำสูงจึงทวีความสำคัญ ส่งผลให้ทั้งวิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ต้องพัฒนาแบบจำลองในหลากหลายรูปแบบขึ้นมา ตัวอย่างเช่น แบบจำลองอุณหพลศาสตร์ของเครื่องจักรไอน้ำ ซึ่งถูกใช้เพื่อการปรับแต่งและทำนายประสิทธิภาพของเครื่องจักรอย่างเป็นระบบ แบบจำลองเหล่านี้ไม่เพียงสนับสนุนการยกระดับประสิทธิภาพเชิงวิศวกรรม แต่ยังเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมสมัยใหม่

ในศตวรรษที่ 20 การประดิษฐ์และการพัฒนาของ คอมพิวเตอร์ ได้ยกระดับความซับซ้อนและความแม่นยำของแบบจำลองและการจำลอง (simulation) ไปสู่ระดับที่ไม่เคยมีมาก่อน มนุษย์เริ่มนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจำลองปรากฏการณ์หลากหลาย ตั้งแต่ สภาพอากาศ ระบบเศรษฐกิจ ไปจนถึงพลวัตทางสังคม ความก้าวหน้านี้ไม่เพียงเพิ่มขีดความสามารถในการพยากรณ์และทำนายอนาคต แต่ยังมอบเครื่องมืออันทรงพลังสำหรับการทำงานวิจัยเชิงสหวิทยาการ (interdisciplinary research) ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ สังคมศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์อย่างกว้างขวาง

ในยุคปัจจุบัน ความสำคัญของ “รูปแบบ” (Form) มิได้จำกัดอยู่เพียงในสาขาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์เท่านั้น แต่ยังขยายเข้าสู่ศาสตร์แขนงอื่น ๆ อย่างกว้างขวาง ในสาขาศิลปะและการออกแบบ รูปแบบ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงออกเชิงสุนทรีย์และการสื่อสารความหมาย ขณะที่ในสาขาปรัชญาและภาษาศาสตร์ การศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบ มีบทบาทสำคัญต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์ ตรรกะ และความหมาย อันเป็นรากฐานในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษา ความคิด และความจริง

โดยสรุป “รูปแบบ” (Form) และ “แบบจำลอง” (Model) เป็นเครื่องมือสำคัญที่มนุษย์ใช้ในการทำความเข้าใจโลกมาตลอดประวัติศาสตร์ มันสะท้อนทั้งความรู้และความเชื่อของเราที่มีต่อธรรมชาติและสังคม อีกทั้งยังเป็นกลไกที่กำหนดวิธีที่มนุษย์ปฏิสัมพันธ์กับโลกโดยรอบ เมื่อเวลาผ่านไปเครื่องมือเหล่านี้ได้รับการพัฒนาให้มีความซับซ้อนและแม่นยำยิ่งขึ้น แต่เป้าหมายหลักของมัน—ได้แก่การอธิบาย (depict) การพยากรณ์ (predict) และ การทำความเข้าใจ (understand)—ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

2.1.6.2 คุณค่าและบทบาทของแบบจำลอง (The Value and Role of Models)

ในกระบวนการแสวงหา ความเข้าใจ และการสร้างสรรค์ของมนุษยชาติ “รูปแบบ” (Form) และ “แบบจำลอง” (Model) ได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญที่มีบทบาทเชิงโครงสร้าง เครื่องมือเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยให้เราสามารถ แก้ไขปัญหา คาดการณ์อนาคต สร้างนวัตกรรม และสื่อสารความรู้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงอาจกล่าวได้ว่า แบบจำลองและรูปแบบคือสะพานเชื่อมระหว่างความคิดเชิงนามธรรมกับการปฏิบัติจริง หน้าที่หลักของรูปแบบและแบบจำลอง คือการอธิบายและตีความปรากฏการณ์ ตัวอย่างเช่น ผ่าน แบบจำลองทางวิทยาศาสตร์ เราสามารถอธิบายได้ว่าอะตอมประกอบกันขึ้นมาเป็นสสารอย่างไร หรือผ่าน แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ เราสามารถตีความการทำงานของกลไกตลาดได้อย่างเป็นระบบ หน้าที่เชิงพรรณนาเช่นนี้ช่วยมอบมุมมองที่ชัดเจนและมีโครงสร้าง ทำให้เราสามารถทำความเข้าใจและวิเคราะห์ความเป็นจริงที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกหนึ่งบทบาทสำคัญของแบบจำลองคือการพยากรณ์ (Prediction) เมื่อเราได้สร้างแบบจำลองที่มีความถูกต้องเพียงพอ เราสามารถนำมาใช้เพื่อทำนายทิศทางของพัฒนาการในอนาคตได้ ตัวอย่างเช่น แบบจำลองภูมิอากาศสามารถใช้ในการคาดการณ์แนวโน้มของภาวะโลกร้อน ขณะที่ แบบจำลองทางการเงิน ช่วยให้นักลงทุนตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลมากขึ้น ความสามารถเชิงพยากรณ์เช่นนี้ไม่เพียงช่วยให้เราสามารถเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต แต่ยังช่วย เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการตัดสินใจ ทั้งในระดับบุคคล องค์กร และนโยบายสาธารณะ

รูปแบบและแบบจำลองยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงพลัง โดยทำหน้าที่เป็น “ภาษากลาง” ที่ช่วยให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถสื่อสารกับสาธารณชน ผู้กำหนดนโยบาย หรือแม้กระทั่งนักวิจัยจากสาขาอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในภาคการศึกษา แบบจำลอง เช่น แบบจำลองระบบสุริยะ หรือ แบบจำลองโครงสร้างของเซลล์ มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้นักเรียนเข้าใจแนวคิดที่ซับซ้อนได้อย่าง

เป็นรูปธรรมและชัดเจนมากขึ้น ฟังก์ชันด้านการสื่อสารเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า แบบจำลองไม่ได้มีคุณค่าเพียงในเชิงวิทยาศาสตร์เท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนรู้และการเผยแพร่ความรู้ในระดับสังคม

ในด้านวิศวกรรมและการออกแบบ รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) ถือเป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากทำหน้าที่เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยให้ผู้สร้างสรรค์สามารถทดสอบแนวคิดใหม่ ต้นแบบ หรือแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบ การใช้แบบจำลองเพื่อการจำลอง (Simulation) เปิดโอกาสให้วิศวกรและนักออกแบบสามารถ คำนวณและปรับแต่งประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ได้ล่วงหน้า ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิตจริง ซึ่งไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงด้านต้นทุนและเวลา แต่ยังเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพของนวัตกรรมด้านวิศวกรรมและการออกแบบอีกด้วย

รูปแบบและแบบจำลองทำหน้าที่เป็นมาตรฐานอ้างอิง (Reference Standard) ที่ช่วยให้เราสามารถประเมินและเปรียบเทียบปรากฏการณ์หรือกลยุทธ์ที่แตกต่างกันได้อย่างเป็นระบบ ในการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ แบบจำลองสามารถทำหน้าที่เป็น เกณฑ์มาตรฐาน (Benchmark) เพื่อช่วยให้นักวิจัยตรวจสอบความถูกต้องของทฤษฎีใหม่หรือข้อมูลเชิงประจักษ์ การมีมาตรฐานอ้างอิงดังกล่าวทำให้การประเมินมีความโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์

รูปแบบและแบบจำลองยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือข้ามสาขาวิชา ตัวอย่างเช่น ในสาขา ชีวฟิสิกส์ (Biophysics) นักวิจัยได้นำแบบจำลองทางฟิสิกส์มาใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ทางชีววิทยาที่ซับซ้อน ขณะที่ในสาขา สังคมศาสตร์เชิงคำนวณ (Computational Sociology) แบบจำลองเชิงคำนวณถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาพลวัตของเครือข่ายทางสังคม การบูรณาการเชิงสหวิทยาการเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองและรูปแบบมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่ง แต่กลับทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมองค์ความรู้และวิธีวิทยาจากหลายแขนง เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจเชิงลึกและนวัตกรรมใหม่ ๆ

ในระบบที่มีความซับซ้อนสูง เช่น ระบบนิเวศ (ecosystems) หรือ เครือข่ายสังคม (social networks) แบบจำลองเชิงรูปแบบ (formalized models) มีบทบาทสำคัญในการช่วยทำความเข้าใจ ปฏิสัมพันธ์ภายในระบบ การทำความเข้าใจความซับซ้อนถูกย่อส่วนลงผ่านแบบจำลอง ช่วยให้ นักวิจัยสามารถระบุ ตัวแปรและปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อพลวัตของระบบได้อย่างชัดเจน และสามารถใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์พฤติกรรมโดยรวมของระบบทั้งหมดได้ การประยุกต์ใช้เช่นนี้ไม่เพียงช่วยอธิบายการทำงานของระบบซับซ้อน แต่ยังสนับสนุนการวางกลยุทธ์เพื่อการจัดการและการคาดการณ์ในเชิงปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทั้งในชีวิตประจำวันและในสาขาวิชาต่าง ๆ ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านการรับรู้และการแก้ไขปัญหา แต่ยังทำหน้าที่เป็นกรอบที่จำเป็นต่อ การสื่อสาร การศึกษา และการสร้างนวัตกรรม คุณค่าและความหลากหลายของมันสะท้อนให้เห็นว่า ในอนาคต รูปแบบและแบบจำลองจะยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วย

ให้มนุษย์สามารถ นำทาง (navigate) อธิบาย (explain) และ กำหนดรูปร่าง (shape) ของโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.6.3 ข้อจำกัดของแบบจำลอง (Limitations of Models)

แม้ว่า รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจและอธิบายปรากฏการณ์ แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดที่ไม่อาจละเลยได้ เนื่องจากแบบจำลองเป็นเพียงการแทนค่าที่เรียบง่ายของความเป็นจริง โดยมุ่งเน้นการจับคุณลักษณะบางประการของปรากฏการณ์เท่านั้น ทว่าโดยทั่วไปแล้ว แบบจำลองมักไม่สามารถสะท้อนความซับซ้อนและรายละเอียดทั้งหมดของโลกความจริงได้อย่างครบถ้วน

ข้อจำกัดที่เห็นได้ชัดที่สุดคือความเรียบง่ายเกินจริง (Oversimplification) เพื่อให้แบบจำลองสามารถเข้าใจและใช้งานได้ง่าย มักจำเป็นต้องละเว้นรายละเอียดบางประการออกไป แม้ว่าวิธีการเช่นนี้จะเอื้อประโยชน์ต่อการใช้งานในหลายกรณี แต่ก็อาจนำไปสู่การตีความที่คลาดเคลื่อน หรือการมองข้ามตัวแปรสำคัญบางอย่างที่มีผลต่อพลวัตของระบบจริง ซึ่งอาจทำให้ประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของแบบจำลองลดลง

ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งคือการพึ่งพาสมมติฐาน (Dependence on Assumptions) แบบจำลองทุกชนิดล้วนถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของสมมติฐานบางประการ ซึ่งสมมติฐานเหล่านี้อาจอ้างอิงจากข้อมูลในอดีต ทฤษฎีที่มีอยู่ หรือแม้กระทั่งจากแบบจำลองอื่น อย่างไรก็ตาม หากสมมติฐานเหล่านี้ไม่ถูกต้อง หรือหมดความเหมาะสมตามกาลเวลา ผลการพยากรณ์ของแบบจำลองก็มีแนวโน้มที่จะคลาดเคลื่อน และอาจไม่สะท้อนความเป็นจริงได้อย่างถูกต้อง

ข้อจำกัดด้านข้อมูล (Data Limitations) เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง แบบจำลองจำนวนมากจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเพื่อใช้ในการตรวจสอบและปรับแต่ง แต่หากข้อมูลที่ใช้มีความคลาดเคลื่อน มีอคติ หรือไม่ครบถ้วน ผลลัพธ์ที่ได้จากแบบจำลองก็จะถูกบิดเบือนและสูญเสียความถูกต้อง ตัวอย่างเช่น แบบจำลองภูมิอากาศ (Climate Models) หากข้อมูลสภาพอากาศในอดีตมีข้อจำกัด ก็อาจทำให้การพยากรณ์ภาวะโลกร้อนคลาดเคลื่อนได้ หรือในกรณีของ แบบจำลองทางการเงิน (Financial Models) หากใช้ข้อมูลตลาดที่ไม่สมบูรณ์ ก็อาจนำไปสู่การตัดสินใจลงทุนที่ผิดพลาดได้เช่นกัน

ข้อจำกัดด้านพลวัตและความซับซ้อน (Dynamic Complexity) แบบจำลองส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะ คงที่ (Static) ซึ่งไม่ได้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์จำนวนมากในโลกแห่งความจริงล้วนเป็นพลวัตและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การใช้แบบจำลองเชิงสถิติจึงอาจนำไปสู่การตีความที่คลาดเคลื่อนต่อระบบที่มีลักษณะเป็นพลวัตสูง เช่น ระบบเศรษฐกิจมหภาค หรือ ระบบนิเวศ ซึ่งมีตัวแปรและปฏิสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การมองข้ามมิติด้านเวลาอาจทำให้ผลการวิเคราะห์สูญเสียความถูกต้องและไม่สะท้อนความจริงได้อย่างเหมาะสม

ข้อจำกัดด้านการนำไปใช้ ผิดบริบทและการตีความคลาดเคลื่อน (Misuse and Misinterpretation) แบบจำลองแต่ละชนิดล้วนมี ขอบเขตการใช้งานและบริบทเฉพาะ ที่เหมาะสม ซึ่งใน

บางสถานการณ์ แบบจำลองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในบางบริบทกลับอาจล้มเหลว หากมีการนำแบบจำลองไปใช้ในบริบทที่ไม่เหมาะสม ก็อาจทำให้ได้ข้อสรุปที่คลาดเคลื่อนและไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ปัญหานี้ไม่เพียงเกิดจากข้อจำกัดภายในของแบบจำลองเอง แต่ยังอาจเกิดจากการที่ผู้ใช้งาน ละเลยสมมติฐานและเงื่อนไขของแบบจำลอง จนนำไปสู่การใช้ผิดวิธีหรือการตีความผลลัพธ์ในเชิงเกินจริง

ข้อจำกัดด้านความไม่แน่นอน (Uncertainty) แม้แต่แบบจำลองที่พัฒนาก้าวหน้าที่สุดก็ไม่อาจขจัดความไม่แน่นอนได้ทั้งหมด สาเหตุของความไม่แน่นอนนี้อาจเกิดจาก ธรรมชาติของแบบจำลองเอง ข้อจำกัดของข้อมูล หรืออิทธิพลจากปัจจัยภายนอก ความไม่แน่นอนดังกล่าวเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และผู้ใช้งานจำเป็นต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบในการประยุกต์ใช้แบบจำลอง เพื่อหลีกเลี่ยงการตีความหรือการตัดสินใจที่เกินกว่าขอบเขตความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง

ข้อจำกัดด้านความซับซ้อนและความเข้าใจได้ (Complexity and Comprehensibility) แม้ว่าแบบจำลองจะถูกออกแบบมาเพื่อให้ปรากฏการณ์ซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น แต่ในบางกรณี โดยเฉพาะแบบจำลองที่มีความซับซ้อนสูงหรือแบบจำลองเชิงคณิตศาสตร์ กลับกลายเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ยากสำหรับผู้ที่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญ ความยากในการเข้าถึงเช่นนี้อาจก่อให้เกิด อุปสรรคด้านการสื่อสาร และเพิ่มโอกาสที่จะถูกตีความผิดพลาด ส่งผลให้การใช้ประโยชน์จากแบบจำลองถูกจำกัดอยู่ในวงแคบของผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น

ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและต้นทุน (Resource and Cost Limitations) การสร้าง การตรวจสอบความถูกต้อง และการประยุกต์ใช้แบบจำลอง ล้วนต้องอาศัย ทักษะทางเทคนิค และทรัพยากรที่เพียงพอ ในบางกรณี เช่น การจำลองที่ต้องการการประมวลผลเชิงคำนวณอย่างเข้มข้น (highly computationally intensive simulations) อาจจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ที่มีราคาแพงและซับซ้อน ข้อจำกัดด้านต้นทุนและเทคโนโลยีเช่นนี้ อาจทำให้การเข้าถึงและการใช้งานแบบจำลองถูกจำกัดอยู่ในบางองค์กรหรือบางกลุ่มนักวิจัยเท่านั้น ส่งผลให้แบบจำลองไม่สามารถแพร่หลายหรือนำไปใช้ในวงกว้างได้อย่างเต็มที่

ข้อจำกัดด้านความเป็นเพียงการประมาณและการมองข้ามเหตุการณ์ผิดปกติ (Approximation and Neglect of Rare Events) แม้แต่แบบจำลองที่ดีที่สุดก็ยังคงเป็นเพียง การประมาณ (Approximation) ของความเป็นจริง ไม่สามารถสะท้อนทุกมิติของโลกที่ซับซ้อนได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบจำลองมักไม่สามารถครอบคลุม เหตุการณ์ผิดปกติหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ยาก (rare events) ได้ทั้งหมด ส่งผลให้การพยากรณ์หรือการคาดการณ์อาจผิดพลาดเมื่อระบบเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่ปกติ ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นว่า แบบจำลองไม่ควรถูกมองว่าเป็นการแทนที่ความจริงอย่างสมบูรณ์ แต่เป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้เข้าใจแนวโน้มโดยรวมภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เท่านั้น

ข้อจำกัดด้านการพึ่งพามากเกินไปและอคติในการยืนยัน (Overreliance and Confirmation Bias) ในบางกรณี มนุษย์มีแนวโน้มที่จะพึ่งพาแบบจำลองที่มีอยู่มากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ อคติในการยืนยัน (confirmation bias) กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สอดคล้องกับผลลัพธ์หรือความคาดหวังจากแบบจำลอง ขณะเดียวกันกลับละเลยข้อมูลที่ขัดแย้งหรือไม่สอดคล้อง ปัญหานี้ไม่เพียงบั่น

ทอนความเป็นกลางของการวิเคราะห์ แต่ยังสามารถทำให้เกิดการสรุปที่ไม่รอบด้าน และส่งผลต่อความถูกต้องของการตัดสินใจในเชิงปฏิบัติ

แม้ว่า รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) จะเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการทำความเข้าใจโลก แต่ก็แฝงไว้ด้วยข้อจำกัดหลากหลายประการ ข้อจำกัดเหล่านี้มิได้หมายความว่าเราควรหลีกเลี่ยงการใช้แบบจำลอง หากแต่ควรตระหนักและพิจารณาถึงข้อจำกัดดังกล่าวอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งดำเนินมาตรการป้องกันที่เหมาะสมในการประยุกต์ใช้ การทำความเข้าใจข้อจำกัดของแบบจำลองช่วยให้เราสามารถเชื่อมั่นได้อย่างมีวิจารณญาณ รอบรู้ และชาญฉลาดมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความสามารถในการจับและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น

2.1.6.4 แนวโน้มการพัฒนาแบบจำลองในอนาคต (Future Development Trends of Models)

ในยุคที่วิทยาศาสตร์และองค์ความรู้กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว ความสำคัญของ รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) กำลังทวีความเด่นชัดขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นสาขาชีววิทยา เศรษฐศาสตร์ ศิลปะ หรือวิศวกรรม แบบจำลองได้กลายเป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน ตลอดจนมีบทบาทสำคัญในการ พยากรณ์ การตัดสินใจ และการสร้างนวัตกรรม เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาในอนาคตของรูปแบบและแบบจำลองอาจดำเนินไปในทิศทางดังต่อไปนี้

- 1) การยกระดับขีดความสามารถด้านการคำนวณ ด้วยความก้าวหน้าของ คอมพิวเตอร์ควอนตัม (Quantum Computing) และ การประมวลผลสมรรถนะสูง (High-Performance Computing: HPC) ศักยภาพด้านการคำนวณของแบบจำลองจะเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล พัฒนาการนี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถจำลอง ระบบที่ซับซ้อนและสมจริงมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การพยากรณ์ที่มีความแม่นยำสูงขึ้น และการทำความเข้าใจเชิงลึกต่อปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน ความก้าวหน้าดังกล่าวไม่เพียงแต่จะขับเคลื่อนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ แต่ยังสนับสนุนการกำหนดนโยบายและการประยุกต์ทางวิศวกรรมได้อย่างทรงพลังยิ่งขึ้น

- 2) แบบจำลองที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ ในยุค บิ๊กดาต้า (Big Data) แบบจำลองมีการพึ่งพา กระแสข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-Time Data Streams) มากขึ้น วิธีการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเช่นนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มความแม่นยำของแบบจำลอง แต่ยังทำให้สามารถ อัปเดตและปรับตัวได้แบบเรียลไทม์ เมื่อผสานเข้ากับความสามารถในการเรียนรู้และการเพิ่มประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ (AI) แบบจำลองในอนาคตจะมี ความสามารถในการปรับตัวและความฉลาด (Adaptivity & Intelligence) สูงขึ้น สามารถรองรับความซับซ้อนและการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตของระบบได้ดียิ่งขึ้น

- 3) การบูรณาการระหว่างปัญญาประดิษฐ์ และแบบจำลองดั้งเดิม ด้วยความก้าวหน้าของ ดีพเลิร์นนิง (Deep Learning) และ โครงข่ายประสาทเทียม (Neural Networks) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้ถูกนำมาผสานเข้ากับแบบจำลองดั้งเดิมอย่างต่อเนื่อง การบูรณาการเช่นนี้ก่อให้เกิดแบบจำลองรุ่นใหม่ที่สามารถ เรียนรู้และปรับปรุงตนเอง (Self-Learning & Self-

Optimization) ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการแทรกแซงของมนุษย์โดยตรง แบบจำลองเหล่านี้ผสมผสานความเข้มแข็งด้านตรรกะจากแบบจำลองดั้งเดิมเข้ากับความยืดหยุ่นของ AI จึงมีศักยภาพสูงในการ พยากรณ์ การตัดสินใจ และการจำลองระบบซับซ้อน

ในสภาพแวดล้อมทางการวิจัยที่มี การบูรณาการข้ามสาขาวิชา การสร้างและการประยุกต์แบบจำลองมีแนวโน้มที่จะมี ความครอบคลุมและการผสมผสานมากยิ่งขึ้น การเชื่อมโยงทฤษฎี วิธีการ และเครื่องมือจากศาสตร์ต่าง ๆ ทำให้สามารถสร้างมุมมองใหม่ ๆ ต่อการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ชีวสารสนเทศศาสตร์ (Bioinformatics) ที่ผสมผสานชีววิทยา วิทยาการคอมพิวเตอร์ และคณิตศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อศึกษากลไกของระบบสิ่งมีชีวิต แนวโน้มนี้สะท้อนว่าแบบจำลองในอนาคตจะไม่ถูกจำกัดอยู่ในกรอบของศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่ง แต่จะเน้นไปที่ การบูรณาการและความร่วมมือระหว่างศาสตร์ เพื่อรองรับระบบซับซ้อนและความท้าทายในโลกความจริง

4) การปรับให้เป็นส่วนบุคคลและการออกแบบเฉพาะบุคคล เมื่อความต้องการของผู้คนต่อ บริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองเฉพาะบุคคล เพิ่มสูงขึ้น แบบจำลองในอนาคตจะต้องให้ความสำคัญกับ ความแตกต่างระหว่างบุคคล มากยิ่งขึ้น แบบจำลองเหล่านี้อาจถูกปรับเปลี่ยนตาม ข้อมูลเฉพาะบุคคล ความชอบ หรือพฤติกรรม เพื่อสร้าง วิธีแก้ปัญหาที่ออกแบบเฉพาะบุคคล แนวโน้มนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้ แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาในด้าน การแพทย์แม่นยำ (Precision Medicine) การศึกษาอัจฉริยะ และ ระบบแนะนำเชิงส่วนบุคคล

5) ความแพร่หลายและการเข้าถึงได้ ด้วยการแพร่หลายของ การจำลองออนไลน์ (Online Simulation) และ การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) แบบจำลองและเครื่องมือการจำลองได้กลายเป็นสิ่งที่ เข้าถึงได้ง่ายและแพร่หลายมากขึ้น แนวโน้มนี้เปิดโอกาสให้ทั้งนักวิจัย ภาคธุรกิจ และแม้กระทั่งสาธารณชนทั่วไป สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างและตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมให้แบบจำลองมี ความหลากหลาย (Diversity) และ ความยืดหยุ่น (Resilience) ที่สูงขึ้น การเข้าถึงที่กว้างขวางเช่นนี้ยังสนับสนุน การวิจัยแบบเปิด (Open Science) การทำงานร่วมกันข้ามสาขา และนวัตกรรมทางสังคม

6) จริยธรรมและความโปร่งใส เมื่อบทบาทของแบบจำลองใน กระบวนการตัดสินใจ มีความสำคัญเพิ่มขึ้น ประเด็นเรื่อง จริยธรรมและความโปร่งใส ก็ได้รับความสนใจมากขึ้นตามไปด้วย แบบจำลองในอนาคตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ ความเป็นธรรม ความสามารถในการอธิบาย และความรับผิดชอบ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอคติหรือความไม่เป็นธรรมในเชิงระบบ นอกจากนี้ นักพัฒนาและผู้ใช้แบบจำลองยังต้องสร้างสมดุลระหว่าง นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และ ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากสาธารณชน

7) แบบจำลองเชิงเสมือนจริงและปฏิสัมพันธ์ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) และ ความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) แบบจำลองมีแนวโน้มที่จะมีความ สมจริงและมีปฏิสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น ผู้ใช้สามารถ “เข้าไป” ในแบบจำลองโดยตรงผ่านเทคโนโลยีเหล่านี้ เพื่อทำการ สำรวจและโต้ตอบแบบเรียลไทม์ พัฒนาการดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มความ

เข้าใจและการสื่อสารเชิงภาพของแบบจำลอง แต่ยังเปิดโอกาสใหม่ ๆ ในด้าน การศึกษาและการฝึกอบรม การออกแบบวิศวกรรม และการจำลองทางการแพทย์

8) การปรับปรุงซ้ำอย่างต่อเนื่องและการอัปเดตเชิงพลวัต ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แบบจำลองจำเป็นต้องมีความสามารถในการ ปรับปรุงซ้ำอย่างต่อเนื่อง (Iteration) และ การอัปเดตเชิงพลวัต (Dynamic Updating) ไม่เพียงแต่การปรับแก้โครงสร้างและ พารามิเตอร์ของแบบจำลองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการอัปเดต ข้อมูลและอัลกอริทึม ที่ใช้ในการขับเคลื่อน แบบจำลองด้วย แนวทางการพัฒนาเชิงวนซ้ำนี้จะช่วยให้แบบจำลองสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ของสิ่งแวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น รักษาความแม่นยำในการพยากรณ์และการวิเคราะห์ และเพิ่มคุณค่าทาง วิชาการและการประยุกต์ใช้ในระยะยาว

9) ความร่วมมือระดับโลกและการแบ่งปันองค์ความรู้ในอนาคต การสร้างและการ ประยุกต์ใช้แบบจำลองจะต้องพึ่งพา ความร่วมมือระดับโลก (Global Collaboration) และ การแบ่งปัน องค์ความรู้ (Knowledge Sharing) มากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจรวมถึง การเปิดเผยแบบจำลอง (Open-Source Models) เพื่อให้สามารถเผยแพร่และตรวจสอบได้ง่ายขึ้น การ แบ่งปันข้อมูล (Data Sharing) ตลอดจน โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ สุขภาพสาธารณะ และความเสี่ยงทางการเงิน การบูรณาการเชิงนานาชาติจะทำให้ แบบจำลองมีความน่าเชื่อถือและการประยุกต์ใช้ที่กว้างขวางยิ่งขึ้น และกลายเป็นกลไกสำคัญในการ ขับเคลื่อนการกำกับดูแลระดับโลกและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สรุปอนาคตของ รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) เต็มไปด้วยความหวัง ด้วยการ พัฒนาของวิทยาการและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างต่อเนื่อง แบบจำลองจะกลายเป็น เครื่องมือที่ ทรงพลัง ยืดหยุ่น และเข้าถึงได้กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งไม่เพียงช่วยเสริมสร้างความสามารถในการทำ ความเข้าใจและการพยากรณ์ระบบที่ซับซ้อน แต่ยังมียุทธศาสตร์สำคัญในการ กำหนดทิศทางการอนาคตของสังคมและ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

สรุปภาพรวมและการประยุกต์ใช้ในการวิจัย โดยสรุป รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) คือการสร้างนามธรรมและการทำให้ความเป็นจริงเรียบง่ายลง เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการ อธิบาย ทำความเข้าใจ และพยากรณ์ปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน รูปแบบมักสะท้อนในลักษณะของ โครงสร้าง หรือลวดลายที่กำหนดไว้ ขณะที่แบบจำลองเป็นการจำลองหรือการแทนค่าของระบบและปรากฏการณ์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบ เชิงแนวคิด กายภาพ หรือคณิตศาสตร์ เครื่องมือเหล่านี้ช่วยย่อความซับซ้อนให้อยู่ใน รูปที่สามารถจัดการและวิเคราะห์ได้ จึงทำหน้าที่เป็นกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยและการตัดสินใจเชิงกล ยุทธ์

สำหรับหัวข้อการวิจัย “การใช้ การเผยแพร่ และกลยุทธ์ของนวัตกรรมในการพัฒนาวิสาหกิจ เทคโนโลยีขั้นสูงของจีน” การนำแนวคิดเรื่องรูปแบบและแบบจำลองมาใช้ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง นักวิจัยสามารถสร้าง กรอบแนวคิด (Framework Model) เพื่ออธิบายกระบวนการพัฒนาของวิสาหกิจ

เทคโนโลยีขั้นสูง ครอบคลุมถึง แหล่งกำเนิดนวัตกรรม กระบวนการสร้างนวัตกรรม วิธีการเผยแพร่ และการนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์

นอกจากนี้ ยังสามารถพัฒนา แบบจำลองเชิงคณิตศาสตร์ เพื่อทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณในมิติ เช่น ผลผลิตของนวัตกรรม ความเร็วในการเผยแพร่ และประสิทธิภาพเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการทำ การศึกษาเชิงกรณี (Case Study) เพื่อสร้าง แบบจำลองเชิงบรรยาย แสดงให้เห็นการดำเนินนวัตกรรมในเงื่อนไขที่แตกต่างกันของแต่ละองค์กร ตลอดจนใช้ แบบจำลองเครือข่าย (Network Model) วิเคราะห์พลวัตการแพร่กระจายของนวัตกรรมผ่านเครือข่ายและช่องทางต่าง ๆ แบบจำลองเหล่านี้ยังสามารถทำหน้าที่เป็น กลไกป้อนกลับ (Feedback Mechanism) เพื่อช่วยให้วิสาหกิจประเมินผลลัพธ์ของนวัตกรรมและกลยุทธ์ พร้อมทั้งวางแนวทางการปรับปรุงที่มีหลักวิชาการรองรับ

กล่าวโดยสรุป การนำแนวคิดเรื่อง รูปแบบ (Form) และ แบบจำลอง (Model) มาใช้ ช่วยให้การวิจัยเกี่ยวกับ การใช้นวัตกรรม การเผยแพร่ และการกำหนดกลยุทธ์ ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน มีความ เป็นระบบและลึกซึ้งยิ่งขึ้น แบบจำลองเหล่านี้ไม่เพียงทำหน้าที่เป็น กรอบแนวคิดและวิธีการวิเคราะห์ที่ชัดเจนสำหรับนักวิจัย เท่านั้น แต่ยังเป็น เครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจเชิงปฏิบัติ สำหรับ องค์กร ช่วยยกระดับ ศักยภาพด้านการจัดการนวัตกรรมและความแม่นยำของการดำเนินกลยุทธ์

2.1.7 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development Theory)

ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาให้ความสำคัญกับการใช้ กระบวนการสื่อสารและสื่อมวลชน เพื่อส่งเสริม การพัฒนาทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยทั่วไป เชื่อว่า การถ่ายทอดข้อมูลและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการบรรลุ ความทันสมัย การขยายการศึกษา และความก้าวหน้าของสังคม ทฤษฎีนี้ยังชี้ให้เห็นถึงบทบาทแกนกลางของการสื่อสาร ในการผลักดัน การถ่ายโอนความรู้ การเผยแพร่ข่าวสารทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อีกทั้งยังศึกษา อิทธิพลของสื่อ ต่อเส้นทางและผลลัพธ์ของการพัฒนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อและการสื่อสาร ไม่เพียงแต่เป็นช่องทาง แต่ยังเป็น ทรัพยากรเชิงพัฒนา ที่ช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของสังคมและ เศรษฐกิจ

2.1.7.1 สาระสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การพัฒนาเชิงการสื่อสาร (Communication for Development) ถือเป็นศาสตร์ แบบสหวิทยาการที่มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารต่อการขับเคลื่อน และส่งเสริมการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยแก่นสำคัญของแนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่า ข้อมูลและการ สื่อสารมิได้เป็นเพียงองค์ประกอบรองในกระบวนการพัฒนา หากแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทเชิงกล ยุทธ์และจำเป็นต่อความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาในทุกมิติ

ในสังคมข้อมูลข่าวสารร่วมสมัย ความรู้และสารสนเทศได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยการ ผลิตรูปแบบใหม่ที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าปัจจัยการผลิตแบบดั้งเดิม ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน ซึ่งล้วนส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางสังคม ทั้งนี้ ทฤษฎีการพัฒนาเชิง การสื่อสารชี้ให้เห็นว่า การไหลเวียนของข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการยกระดับศักยภาพด้าน

การสื่อสาร ถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ การยกระดับความก้าวหน้าทางสังคม ตลอดจนการสร้างเสริมความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรม

บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนามีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้นตามพัฒนาการของ เทคโนโลยีการสื่อสาร ตั้งแต่ยุควิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ จนถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบของสื่อที่หลากหลายได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อการพัฒนาสังคม สื่อมิได้ทำหน้าที่เพียง เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเท่านั้น หากยังมีบทบาทในการกำหนดและหล่อหลอมคุณค่า ทักษะ และพฤติกรรมของสาธารณชน ทั้งนี้ ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารมุ่งศึกษาว่าสื่อมีอิทธิพลต่อ กระบวนการพัฒนาในลักษณะใด และจะสามารถเพิ่มพูนศักยภาพในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมผลเชิงบวกต่อ การพัฒนาได้อย่างไร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพได้รับการยอมรับว่าเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการ เปลี่ยนแปลงทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีสู่พื้นที่ชนบท หรือการเผยแพร่ ความรู้ด้านสุขศึกษาในเขตเมือง การสื่อสารล้วนมีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ที่ไม่อาจมองข้ามได้ ทั้งนี้ ทฤษฎี การพัฒนาเชิงการสื่อสารได้เน้นย้ำว่า การสื่อสารมิใช่เพียงกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล หากแต่เป็น เครื่องมือในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสังคม การเสริมสร้างการตระหนักรู้ของสาธารณชน และการ ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางสังคมอย่างยั่งยืน แนวทางการพัฒนาแบบดั้งเดิมมักมี ลักษณะการดำเนินการจากบนลงล่าง (top-down approach) ซึ่งจำกัดบทบาทของประชาชนใน กระบวนการตัดสินใจ ทว่า ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารได้เสนอแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (participatory development) ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสาธารณชนในกระบวนการ กำหนดทิศทางการพัฒนา โดยมองว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และความยั่งยืนของการพัฒนา ทั้งนี้ ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น วิทยุชุมชนและสื่อสังคม ออนไลน์ ได้กลายเป็นพื้นที่สำคัญที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทโดยตรงต่อการอภิปราย การตัดสินใจ และการปฏิบัติการด้านการพัฒนา ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารยังให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ ระหว่างวัฒนธรรมกับการพัฒนา โดยมองว่าการพัฒนาไม่ควรถูกตีความเพียงในมิติของการเติบโตทาง เศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ยังครอบคลุมถึงความก้าวหน้าทางวัฒนธรรมและสังคมด้วย ดังนั้น ยุทธศาสตร์ การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องยึดโยงและสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้การ พัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องและยั่งยืน ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมด้านการสื่อสารและการสื่อความหมาย จำเป็นต้องใช้แนวทางที่มีความอ่อนไหวต่อมิติทางวัฒนธรรม (cultural sensitivity) เพื่อสร้างความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชน

ในยุคดิจิทัล บทบาทของเทคโนโลยีต่อการพัฒนาได้ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่การ สื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปจนถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีได้เปิดพื้นที่ใหม่ทั้งในด้านโอกาส และความท้าทายต่อการพัฒนา ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารจึงมุ่งศึกษาถึงแนวทางการใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการพัฒนา พร้อมทั้งพิจารณาถึงผลกระทบเชิงลบที่อาจนำไปสู่ความไม่เสมอภาคทางสังคม โดยชี้ให้เห็นความจำเป็นของการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถลดช่องว่างทาง ดิจิทัลและสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงโอกาสการพัฒนาอย่างทั่วถึง

ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารนำเสนอกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมในการทำ ความเข้าใจและวิเคราะห์บทบาทของการสื่อสาร สื่อมวลชน และเทคโนโลยีที่มีต่อการขับเคลื่อนและ ส่งเสริมการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยทฤษฎีดังกล่าวได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร และการสื่อสารในฐานะหัวใจของกระบวนการพัฒนา ขณะเดียวกันยังให้ความสนใจกับแนวทางการพัฒนา ที่เน้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม และการใช้เทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อน เพื่อสร้างการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และสอดคล้องกับบริบทของสังคมร่วมสมัย

2.1.7.2 แนวคิดเรื่องการพัฒนาเชิงการสื่อสาร (Communication for Development: C4D)

แนวคิดเรื่องการพัฒนาเชิงการสื่อสาร (Communication for Development) ใน ฐานะสาขาสหวิทยาการ เริ่มปรากฏอย่างชัดเจนตั้งแต่ช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 และได้ค่อย ๆ พัฒนา เป็นแขนงวิชาที่สำคัญของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์สมัยใหม่ ความเป็นมาของแนวคิดดังกล่าวมีความ หลากหลายและซับซ้อน เนื่องจากเกี่ยวพันกับบริบททางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง และสังคมโลก ในยุคนั้น ซึ่งก่อให้เกิดการถกเถียงและการพัฒนาทางทฤษฎีอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งได้กลายเป็นรากฐาน ที่สำคัญของการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในปัจจุบัน

ในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของระเบียบโลกทาง การเมืองและเศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศกำลังพัฒนาที่เพิ่งได้รับเอกราชต่างเริ่มแสวงหา หนทางสู่ความทันสมัย (modernization) เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายด้านการพัฒนา ภายใต้บริบท ดังกล่าว ชาตินิยมโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ได้พยายามส่งเสริมการพัฒนาของประเทศเหล่านี้ผ่าน กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยี การศึกษา และเครื่องมือทางการสื่อสาร โดยมองว่าการสื่อสารเป็นกลไก สำคัญในการเร่งรัดความทันสมัยของสังคม ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ทั้งยังถูกคาดหวังให้เป็นช่องทาง ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี ความรู้ และค่านิยมแบบ “สมัยใหม่” ไปยังประเทศกำลังพัฒนา

ในช่วงทศวรรษ 1950 และ 1960 แนวคิดทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) ได้กลายเป็นกระแสความคิดหลักในการกำหนดทิศทางการพัฒนา โดยทฤษฎีนี้เสนอว่าประเทศ กำลังพัฒนาควรดำเนินรอยตามแบบแผนการพัฒนาของประเทศตะวันตกเพื่อก้าวไปสู่ความทันสมัยอย่าง เป็นลำดับขั้น ภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าว การสื่อสารและสื่อมวลชนถูกมองว่าเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญ ของกระบวนการพัฒนา เนื่องจากมีศักยภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และคุณค่าทาง วัฒนธรรมที่ถูกมองว่า “ก้าวหน้า” อันจะช่วยเร่งรัดให้สังคมเป้าหมายก้าวเข้าสู่กระบวนการพัฒนาได้ รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 1970 ทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) ได้เผชิญกับกระแสวิพากษ์อย่างกว้างขวาง นักวิชาการและผู้กำหนดนโยบายจำนวนมากเริ่มตระหนักว่า การพัฒนาที่อิงอยู่บนการลอกแบบแนวทางของประเทศตะวันตกไม่อาจตอบสนองต่อความซับซ้อนและ ความหลากหลายของบริบทในแต่ละประเทศได้ ส่งผลให้เกิดการแสวงหาหนทางการพัฒนาในรูปแบบใหม่ ๆ และนำไปสู่การเปลี่ยนผ่านของแนวคิดการพัฒนาเชิงการสื่อสาร (Communication for

Development) ในช่วงเวลานี้ ประเด็นว่าด้วยวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการคำนึงถึงบริบทท้องถิ่น ได้รับความสนใจและถูกผลักดันเข้าสู่กระแสหลักของการวิจัยและการปฏิบัติด้านการพัฒนา

ในช่วงทศวรรษ 1980 การพัฒนาเชิงการสื่อสารได้ปรับทิศทางไปสู่แนวทางที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและความสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง (top-down communication) ได้ค่อย ๆ เปลี่ยนไปสู่การส่งเสริมบทบาทของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาอย่างจริงจัง ในระยะนี้ เครื่องมือการสื่อสารในระดับรากหญ้า เช่น วิทยุชุมชน โครงการสื่อสารขนาดเล็ก และสื่อที่ขับเคลื่อนโดยประชาชน ได้รับความสนใจและยอมรับมากขึ้น เนื่องจากสามารถสร้างการมีส่วนร่วม สะท้อนเสียงของท้องถิ่น และตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และดิจิทัลที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ทศวรรษ 1990 จนถึงช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเชิงการสื่อสารได้เผชิญทั้งความท้าทายและโอกาสรูปแบบใหม่ การเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต โทรคมนาคมเคลื่อนที่ และสื่อสังคมออนไลน์ ได้เปิดพื้นที่ใหม่ในการพัฒนาสำหรับประเทศกำลังพัฒนา ทำให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล การมีส่วนร่วมของประชาชน และการสร้างเครือข่ายระดับโลกที่ไม่เคยมีมาก่อน อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์เหล่านี้ก็มาพร้อมกับปัญหาใหม่ ๆ เช่น ความเสี่ยงต่อการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นแบบเดียวกัน (cultural homogenization) ภาวะข้อมูลล้นเกิน (information overload) และความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide) ซึ่งล้วนเป็นประเด็นสำคัญที่ท้าทายต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

ก้าวเข้าสู่คริสต์ศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเชิงการสื่อสารได้ขยายกรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัยไปสู่ลักษณะบูรณาการและพหุสาขามากยิ่งขึ้น โดยได้หยิบยืมองค์ความรู้จากศาสตร์แขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนิเวศวิทยา สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ ตลอดจนการศึกษาทางวัฒนธรรม เข้ามาผสมผสานเพื่ออธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารในกระบวนการพัฒนาอย่างรอบด้าน การบูรณาการเชิงสหวิทยาการเช่นนี้ได้ทำให้การพัฒนาเชิงการสื่อสารมีความหลากหลายทั้งในเชิงทฤษฎีและวิธีวิจัย อีกทั้งยังเอื้อต่อการสร้างองค์ความรู้ที่สามารถตอบสนองต่อปัญหาและความท้าทายเชิงซับซ้อนของสังคมร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประวัติศาสตร์และรากฐานของการพัฒนาเชิงการสื่อสารมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับพลวัตทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของโลกในคริสต์ศตวรรษที่ 20 ตั้งแต่ช่วงแรกที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) การวิพากษ์และการเปลี่ยนผ่านในเวลาต่อมา จนกระทั่งพัฒนาสู่การเป็นศาสตร์เชิงพหุสาขาที่บูรณาการแนวคิดหลากหลายเข้าด้วยกัน แนวคิดการพัฒนาเชิงการสื่อสารจึงมิได้สะท้อนเพียงเส้นทางวิวัฒนาการทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงการขยายกรอบความเข้าใจของมนุษยชาติต่อความหมายของ “การพัฒนา” และ “การสื่อสาร” ที่มีความลึกซึ้งและซับซ้อนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.1.7.3 บทบาทและความสำคัญของการพัฒนาเชิงการสื่อสาร

การพัฒนาเชิงการสื่อสาร (Communication for Development) ในฐานะแนวคิดเชิงบูรณาการ มุ่งเน้นการศึกษาว่าข้อมูลและการสื่อสารสามารถส่งเสริมการพัฒนาในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมได้อย่างไร ปัจจุบัน แนวคิดดังกล่าวได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับนานาชาติ และได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ ในฐานะเครื่องมือที่มีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความก้าวหน้าอย่างรอบด้านให้แก่สังคมโลก

การพัฒนาเชิงการสื่อสารประการแรกทำหน้าที่เป็นกลไกในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์ การถ่ายโอนความรู้และเทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ สื่อแขนงต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัล ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญที่เอื้อให้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและแนวทางการจัดการสมัยใหม่แพร่กระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ทั้งภาคธุรกิจ ท้องถิ่นและเกษตรกรสามารถยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและเสริมสร้างศักยภาพด้านนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

การสื่อสารในกระบวนการพัฒนาไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดข้อมูล หากยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดอุดมการณ์และการส่งต่อคุณค่าทางสังคม การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยยกระดับการรับรู้ของสาธารณชนต่อประเด็นทางสังคมที่สำคัญ และเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง อันนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจเชิงประชาธิปไตยที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างที่ชัดเจนได้แก่ การสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม หรือการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน ซึ่งต่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในวงกว้างเพื่อให้บรรลุผลอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะการศึกษาแบบทางไกลและหลักสูตรออนไลน์ได้เปิดมิติใหม่ให้แก่วงการศึกษามากขึ้น ไม่ว่าผู้เรียนจะอาศัยอยู่ในเขตเมืองหรือพื้นที่ห่างไกล ต่างก็สามารถเข้าถึงทรัพยากรการศึกษาที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม การเข้าถึงดังกล่าวไม่เพียงช่วยยกระดับความรู้และทักษะของบุคคล แต่ยังสร้างเงื่อนไขที่เอื้อต่อการพัฒนาของสังคมโดยรวม นับเป็นการใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารเพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาและสร้างความเสมอภาคด้านการเรียนรู้ในระดับที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์ การแลกเปลี่ยนและปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ การพัฒนาเชิงการสื่อสารมิได้เพียงมีบทบาทในการส่งเสริมความเข้าใจและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยให้แต่ละภูมิภาคสามารถธำรงและเสริมสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างมั่นคง ผลลัพธ์ดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงจากภาวะการทำให้วัฒนธรรมเป็นเนื้อเดียว (cultural homogenization) และเปิดพื้นที่สำหรับความเจริญรุ่งเรืองของความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) ในระดับสังคมโลก

กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญในด้านสุขภาพและสวัสดิการสาธารณะ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือการรณรงค์ด้านสุขศึกษาและการประชาสัมพันธ์การฉีดวัคซีน ซึ่งต่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากชุมชน กระบวนการเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของ

การพัฒนาเชิงการสื่อสารในการสร้างความเข้าใจ เสริมสร้างความตระหนักรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อบรรลุผลลัพธ์เชิงสาธารณประโยชน์อย่างยั่งยืน

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ตั้งแต่การค้าอิเล็กทรอนิกส์ไปจนถึงเทคโนโลยีการเงิน (FinTech) การพัฒนาเชิงการสื่อสารและเทคโนโลยีได้แรงให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ และสร้างจุดเติบโตทางเศรษฐกิจแห่งอนาคต บทบาทดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนศักยภาพของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางเศรษฐกิจ แต่ยังตอกย้ำความสำคัญของการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก

กระบวนการกำหนดและนํานโยบายไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมและการสะท้อนความคิดเห็นจากชุมชนอย่างกว้างขวาง กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถเสริมสร้างทั้งความชอบธรรม (legitimacy) และการยอมรับ (acceptance) ของนโยบายได้ในระดับสาธารณะ อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินนโยบาย ทำให้นโยบายไม่เพียงถูกกำหนดขึ้นจากมุมมองเชิงโครงสร้าง แต่ยังสะท้อนความต้องการและความคาดหวังของประชาชนในทางปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

โดยสรุป การพัฒนาเชิงการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์และสังคมสารสนเทศในปัจจุบัน มิได้เป็นเพียงกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลหรือการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังเป็นกลไกที่เชื่อมโยงโดยตรงกับความก้าวหน้าของสังคม การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และการสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก ดังนั้น บทบาทและคุณค่าของการพัฒนาเชิงการสื่อสารจึงควรถูกตระหนักและบูรณาการไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนารอบด้าน

ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารมุ่งศึกษาว่าข้อมูลและการสื่อสารมีบทบาทอย่างไรในการส่งเสริมการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยตั้งช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ทฤษฎีนี้ได้ผ่านพัฒนาการจากกรอบคิดที่เน้นการพัฒนาเชิงสมัยใหม่ (modernization-oriented) ไปสู่แนวทางที่ให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชน (localization and participatory development) ทฤษฎีดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารไม่ใช่เพียงการถ่ายทอดข้อมูลหรือเทคโนโลยี หากยังเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ คุณค่า และวัฒนธรรมในสังคม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงสามารถผลักดันให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ การถ่ายทอดเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางการศึกษา ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาโดยรวม ทั้งนี้ การเคารพในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเชิงการสื่อสารที่ยั่งยืน

ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการถ่ายทอดและการแบ่งปันองค์ความรู้และเทคโนโลยี สำหรับกรณีของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ประเด็นดังกล่าวมิได้หมายถึงเพียงการให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังครอบคลุมถึงการประยุกต์ใช้และการเผยแพร่เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยให้วิสาหกิจ

สามารถเข้าใจความต้องการของตลาดได้อย่างลึกซึ้ง อันจะนำไปสู่การสร้างสรรคนวัตกรรมที่ตรงเป้าหมาย และตอบสนองต่อสังคมได้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ แนวคิดที่ว่าด้วยการมีส่วนร่วมและความเป็นท้องถิ่นถือเป็นแก่นสำคัญของทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสาร ซึ่งวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงควรนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสารทางการตลาดและการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ การสื่อสารที่เน้นปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการคำนึงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและพฤติกรรมผู้บริโภค จะช่วยเสริมสร้างความใกล้ชิดและความไว้วางใจต่อผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมออฟไลน์ และแพลตฟอร์มเชิงปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค รับฟังข้อเสนอแนะ และนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ในมิติยุทธศาสตร์การพัฒนา องค์กรควรดำเนินการบนพื้นฐานของความเปิดกว้างและความร่วมมือ โดยมีได้มุ่งเน้นเพียงการวิจัยและพัฒนาภายในองค์กรเท่านั้น แต่ควรสร้างพันธมิตรกับภาคธุรกิจอื่น สถาบันวิจัย และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นอีกประเด็นที่องค์กรไม่อาจละเลยได้ เทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นควรสามารถส่งเสริมประโยชน์สุขแก่สังคมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในวงกว้าง

โดยสรุป ทฤษฎีการพัฒนาเชิงการสื่อสารได้มอบกรอบการวิเคราะห์ที่รอบด้านและลุ่มลึก ซึ่งช่วยให้เราเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าเทคโนโลยี ข้อมูล และการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการพัฒนาขององค์กรและสังคมอย่างไร สำหรับกรณีของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงของจีน ทฤษฎีดังกล่าวได้มอบข้อคิดเชิงประจักษ์ที่มีคุณค่า อันสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม การสื่อสาร และการวางยุทธศาสตร์ในระดับองค์กร เพื่อให้การพัฒนาไม่เพียงตอบสนองต่อความต้องการทางเศรษฐกิจ หากยังสอดคล้องกับความก้าวหน้าของสังคมและประโยชน์สุขโดยรวม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Caballero-Morales (2021) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19 pandemic” โดยมุ่งสำรวจบทบาทของนวัตกรรมในฐานะยุทธศาสตร์การฟื้นตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 งานวิจัยดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อชี้แนะแนวทางให้แก่ SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด รวมทั้งใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การปิดกิจกรรมที่ไม่จำเป็น และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ในเชิงระเบียบวิธี งานวิจัยนี้ใช้แนวทางสหวิทยาการ โดยนำเสนอกรณีศึกษาของธุรกิจครอบครัวที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เสี่ยงสูงต่อ COVID-19 ผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมที่อ้างอิงข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมไม่เพียงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ SMEs สามารถอยู่รอดระหว่างการแพร่ระบาด หากยังเป็นเครื่องมือสำหรับการปรับตัวในระยะหลังวิกฤต อีกทั้งยังเน้นย้ำถึง

บทบาทของทรัพยากรดิจิทัลในการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม โดยเฉพาะในบริบทที่สังคมถูกจำกัดด้วยมาตรการ “เว้นระยะห่างทางสังคม” งานวิจัยนี้จึงถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยเสริมสร้างแนวทางปฏิบัติและวิริยวิทยาในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการฟื้นฟูและการพัฒนาของ SMEs ในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ภายหลังการแพร่ระบาด

Kahn และ Candi (2021) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Investigating the relationship between innovation strategy and performance” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจว่าปัจจัยด้านขนาดขององค์กรและประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการมีบทบาทอย่างไรในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์นวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร งานวิจัยนี้อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้จัดการในบริษัทสหรัฐอเมริกาจำนวนสองชุด ผลการวิจัยพบว่าทั้งขนาดของบริษัทและประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลในการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ดังกล่าว และยังสะท้อนให้เห็นถึง “ผลการกำกับแบบทวิภาค” (dual moderating effect) ข้อค้นพบดังกล่าวได้ท้าทายสมมติฐานที่มีมาอย่างยาวนานว่าบริษัทขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่มจะได้รับประโยชน์ที่แตกต่างจากกลยุทธ์การสำรวจ (exploration) และการใช้ประโยชน์ (exploitation) ผลการศึกษาเผยให้เห็นถึงลักษณะของผลการกำกับแบบไม่เป็นเชิงเส้น (nonlinear moderating effect) ของขนาดองค์กร ซึ่งช่วยเพิ่มมิติการวิเคราะห์ที่ละเอียดกว่างานวิจัยที่ผ่านมา อีกทั้งยังชี้ให้เห็นว่า แม้โดยทั่วไปจะเชื่อกันว่าธุรกิจบริการจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากกลยุทธ์นวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์ แต่ผลการวิจัยกลับแสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการสามารถเก็บเกี่ยวผลเชิงบวกจากกลยุทธ์นวัตกรรมเชิงสำรวจได้เช่นกันโดยไม่ขึ้นกับขนาดองค์กร ผลการศึกษานี้จึงมีนัยสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยให้ข้อสรุปเชิงประจักษ์ใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างกลยุทธ์นวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร

Chouaibi (2021) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Innovation and Financial Performance in Manufacturing Companies: An Empirical Study Tunisian” โดยมีมุ่งวิเคราะห์บทบาทเชิงกำหนดของกิจกรรมนวัตกรรมที่มีต่อมูลค่าทางการเงินขององค์กรงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีเชิงนวัตกรรม โดยละทิ้งการวัดระดับนวัตกรรมแบบทวิภาค (traditional dichotomy) และหันมาใช้ดัชนีเชิงสังเคราะห์ (aggregate index) ในการวัดระดับนวัตกรรม เพื่อสะท้อนความเข้มข้นของการดำเนินกิจกรรมนวัตกรรมในลักษณะเชิงปริมาณ โดยการวิจัยได้อ้างอิงข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 95 บริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตของประเทศตูนิเซีย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินงานทางการเงินได้รับอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญจากการดำเนินและการเปิดเผยข้อมูลด้านนวัตกรรม ทั้งนี้ ประเทศตูนิเซียได้ดำเนิน “โครงการปรับปรุงขีดความสามารถทางธุรกิจระดับชาติ” ตั้งแต่ปี ค.ศ.1995 เพื่อยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจในการแข่งขันระดับนานาชาติ ผ่านการส่งเสริมการลงทุนในสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (intangible assets) และการสร้างบรรยากาศที่เอื้อหนุนต่อการพัฒนานวัตกรรม งานวิจัยดังกล่าวจึงนำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีคุณค่า ซึ่งช่วยให้เข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่านวัตกรรมมีบทบาทในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญต่อการยกระดับผลการดำเนินงานทางการเงินและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในภาคการผลิต

He และคณะ (2021) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Ambidextrous Marketing Capabilities, Exploratory and Exploitative Market-Based Innovation, and Innovation Performance: An Empirical Study on China’s Manufacturing Sector” โดยมุ่งสำรวจว่ากิจกรรมนวัตกรรมที่อิงตลาด (market-based innovation) สามารถทำนายและส่งเสริมสมรรถนะด้านนวัตกรรมได้อย่างไร พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับบทบาทของขีดความสามารถทางการตลาด (marketing capabilities) ในความสัมพันธ์ดังกล่าว งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีจะได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวาง แต่การวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมที่อิงตลาดยังอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยอาศัยกรอบแนวคิดจากทฤษฎีความสามารถเชิงสองขั้ว (ambidextrous capabilities) และแนวคิดด้านการตลาดเชิงปรับตัว (adaptive marketing capabilities) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิตในจีนจำนวน 237 แห่ง ด้วยวิธีการถดถอยเชิงลำดับขั้น (hierarchical regression analysis) และวิธี bootstrap ผลการวิจัยพบว่า (1) ทั้งขีดความสามารถทางการตลาดและนวัตกรรมที่อิงตลาดต่างมีลักษณะสองขั้ว โดยขีดความสามารถทางการตลาดแบ่งเป็น “การตลาดเชิงสำรวจ” (exploratory marketing capability) และ “การตลาดเชิงใช้ประโยชน์” (exploitative marketing capability) ขณะที่นวัตกรรมที่อิงตลาดแบ่งเป็น “นวัตกรรมเชิงสำรวจ” และ “นวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์” (2) ขีดความสามารถทางการตลาดเชิงสองขั้วส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรม โดยมีนวัตกรรมที่อิงตลาดเชิงสองขั้วเป็นตัวแปรส่งผ่าน (mediator) บางส่วน กล่าวคือ ขีดความสามารถทางการตลาดเชิงสำรวจส่งผลต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรมผ่านนวัตกรรมที่อิงตลาดเชิงสำรวจ ส่วนขีดความสามารถทางการตลาดเชิงใช้ประโยชน์ส่งผลต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรมผ่านนวัตกรรมที่อิงตลาดเชิงใช้ประโยชน์ (3) พบอิทธิพลเชิงลบแบบปรับเปลี่ยน (negative moderation effect) ระหว่างนวัตกรรมเชิงสำรวจและนวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์ กล่าวคือ นวัตกรรมเชิงสำรวจลดทอนความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์กับสมรรถนะด้านนวัตกรรม และในทางกลับกัน ข้อค้นพบเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านทฤษฎีความสามารถเชิงสองขั้ว (ambidextrous innovation theory) แต่ยังให้แนวทางเชิงประจักษ์สำหรับผู้ประกอบการในภาคการผลิตของจีนในการทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้แนวคิด “สองขั้ว” อย่างเหมาะสม เพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมที่ยั่งยืนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

Nazari และคณะ (2021) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “The relationship among knowledge-based dynamic process capabilities, innovation processes and innovation performance: an empirical study of knowledge-based high-tech companies in Iran” โดยมุ่งสำรวจว่าขีดความสามารถเชิงพลวัตเชิงกระบวนการบนฐานความรู้ (Knowledge-Based Dynamic Process Capabilities: KBDDPCs) ส่งผลต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรม (innovation performance) ของวิสาหกิจเทคโนโลยีขั้นสูงเชิงความรู้ในอิหร่านอย่างไร พร้อมทั้งประเมินบทบาทของ “กระบวนการนวัตกรรม” ในฐานะตัวแปรส่งผ่าน (mediator) ของความสัมพันธ์ดังกล่าว การวิจัยเริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเข้มข้น เพื่อระบุและพัฒนาโครงสร้างของตัวแปรการวิจัย จากนั้นได้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อทดสอบและยืนยันโครงสร้างดังกล่าว

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) บนพื้นฐานวิธี Partial Least Squares (PLS) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ที่ตั้งสมมติฐานไว้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า KBDDPs มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรม โดยการวิเคราะห์เชิงส่งผ่านเพิ่มเติมเผยให้เห็นว่า “กระบวนการนวัตกรรม” มีบทบาทเป็นตัวกลางในการเสริมสร้างอิทธิพลของ KBDDPs ต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรม โดยเฉพาะ (1) KBDDPs สามารถเสริมสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสมรรถนะด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการนวัตกรรมเชิงสำรวจและเชิงเปลี่ยนผ่าน และ (2) นวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์มีบทบาทเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่าง KBDDPs และสมรรถนะด้านนวัตกรรมกระบวนการ แม้งานวิจัยนี้ดำเนินการในบริบทเฉพาะของประเทศอิหร่าน ทำให้ข้อค้นพบอาจไม่สามารถสรุปทั่วไปได้ในทุกกรณี แต่ผลลัพธ์ดังกล่าวได้มอบแนวทางเชิงปฏิบัติให้แก่ทั้งบริษัทที่ถูกสำรวจและองค์กรอื่นๆ ในการเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรมผ่านการเสริมสร้าง KBDDPs และการออกแบบกระบวนการนวัตกรรมอย่างเหมาะสม ในมิติทางสังคม งานวิจัยนี้ยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริหารในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงของอิหร่าน ในการยกระดับขีดความสามารถเชิงนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน อีกทั้งยังมีคุณูปการต่อการพัฒนาทฤษฎีในสาขานี้ ด้วยการนำเสนอโมเดลและการนิยามความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่มีความสำคัญทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ

Popa และคณะ (2022) ในงานวิจัยเรื่อง “A discriminant analysis of high and low-innovative firms: the role of IT, human resources, innovation strategy, intellectual capital and environmental dynamism” ได้ประเมินปัจจัยด้านเทคโนโลยี องค์กร และสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคการผลิต โดยใช้กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (Technology-Organization-Environment: TOE framework) เป็นฐานทฤษฎี การวิจัยนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์จำแนก (discriminant analysis) เพื่อตรวจสอบตัวแปรที่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างองค์กรที่มีนวัตกรรมสูงกับองค์กรที่มีนวัตกรรมต่ำ ผลการวิจัยพบว่าความรู้และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นความผูกพัน (commitment-based HRM practices) กลยุทธ์นวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์ (exploitative innovation) และทุนทางปัญญา (intellectual capital) เป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มองค์กรทั้งสอง ซึ่งสะท้อนว่านวัตกรรมเป็นปรากฏการณ์เชิงซับซ้อนที่ถูกกำหนดจากปัจจัยหลายมิติผสมผสานกัน ข้อค้นพบดังกล่าวตอกย้ำถึงความสำคัญของ SMEs ในการลงทุนและเสริมสร้างศักยภาพด้าน IT การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และทุนทางปัญญาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านนวัตกรรม อีกทั้งยังชี้ให้เห็นว่า “นวัตกรรมเชิงใช้ประโยชน์” ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถใช้แยกแยะองค์กรที่มีนวัตกรรมสูงกับองค์กรที่มีนวัตกรรมต่ำได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในบริบทของ SMEs ที่สามารถต่อยอดจากความพยายามเชิงสำรวจในอดีตมาสู่การพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป (incremental innovation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด งานวิจัยนี้จึงช่วยเปิดมุมมองใหม่ให้แก่วงการวิจัยด้านนวัตกรรม โดยการเจาะลึกพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในกลุ่ม SMEs ภาคการผลิต ซึ่งมักถูกมองว่ามีข้อจำกัดมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่