

การพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสายเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย*

INNOVATION DEVELOPMENT TO ENHANCE THE COMPETITIVENESS OF FIBER OPTIC CABLE BUSINESS IN THAILAND

จารุพร ใจชอบดียิ่งสกุล¹, ภัทรธิดา ผลงาม^{2*}, อธิคม ฤกษ์บุตรี³

Jaruporn Jaichobdeeyingsakul¹, Patthira Phon-ngam^{2*}, Athikom Roeksabutr³

^{1,2}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

^{1,2}Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University, Bangkok, Thailand

³คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

³Faculty of Engineering, Mahanakorn of Technology University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: patthiraw@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสายเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือการสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มและการประชุมระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสายเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย รวมทั้ง สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ส่งสินค้าสายเคเบิลใยนำแสงทั้งในประเทศไทยและจีนทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ NT MEA PEA True และ AIS NT รวมทั้งผู้รับเหมางานติดตั้ง ซ่อมแซม โครงข่าย รวมทั้งสิ้น 60 คน การตรวจสอบข้อมูลใช้วิธีสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสายเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย ได้ 3 นวัตกรรม คือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2) นวัตกรรมบริการ และ 3) นวัตกรรมการบริหารจัดการ ได้นำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสายเคเบิลใยนำแสงไปสู่การปฏิบัติเป็นเวลา 4 เดือนโดย 3.1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ได้ดำเนินการ 3.1.1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ป้องกันไฟไหม้ ไฟลาม และ 3.1.2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Air Blown Fiber Cable 3.2) นวัตกรรมการตลาดได้ดำเนินการกิจกรรมการบริการแขกบอท ให้คำปรึกษากับลูกค้าโดยตรง และ 3.3) นวัตกรรมบริการได้ดำเนินการ คือ 3.3.1) การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ต้องสะท้อน story ของบริษัท และ 3.3.2) ระบบ QR code เพื่อบอกข้อมูล ผลการประเมินการทดลองใช้นวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับองค์กร เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่เป็นทางเลือกให้ลูกค้าหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งนวัตกรรมการตลาดสามารถเพิ่มฐานลูกค้า และเป็นเครื่องมือให้กับบริษัทในการดำเนินการตลาด และนวัตกรรมบริการได้แนวทางการบริการ ใหม่ ๆ มาใช้ และได้เพิ่มลูกค้ารายใหม่ที่มาใช้บริการมากขึ้น

คำสำคัญ: ศักยภาพในการแข่งขัน, ธุรกิจสายเคเบิล, นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

Abstract

The purpose of this research is to develop innovations to promote the competitiveness of the fiber optic cable business in Thailand. It's research and development. The qualitative

research method consists of in-depth interviews, focus group discussion and brainstorming. Target groups include manufacturers, distributors of fiber optic cables in Thailand, including the Federation of Thai Industries., fiber optic cable orders both in Thailand and China, both public and private sectors, namely NT MEA PEA True and AIS NT, including 60 network installation and repair contractors. The data was examined using a triangular method. The data was analyzed using the content analysis method. The results of the research showed that innovation development promotes the competitiveness of the fiber optic cable business in Thailand in 3 innovations as follows. 1) product innovation, 2) service innovation, and 3) management innovation. The implementation of innovations to promote the competitiveness of the optical fiber cable business for 4 months by 3.1) product innovation has carried out activities: 3.1.1) product development to prevent fire and spread and 3.1.2) new product development Air Blown Fiber Cable. 3.2) marketing Innovation conducted chatbot service activities consulting with customers directly and 3.3) service innovation has carried out activities that are 3.3.1) public relations activities via social media must reflect the story of the company and 3.3.2) QR code system to share information. The evaluation of the use of innovation promotes the competitiveness of the fiber optic cable business by evaluating the production and results, finding out that the new product innovations that arise and bring benefits to the organization and can generate additional income for the organization. It is adding new products as a choice for more diverse customers. service innovation

Keywords: Competitive Potential, Cable Business, Innovation Promotes Competitive Potential

บทนำ

สายเคเบิลใยนำแสงหรือเรียกว่าสายไฟเบอร์ออปติก (Fiber Optic Cable) คือ สายสัญญาณที่ผลิตมาจากแก้วและหุ้มด้วยใยพิเศษที่ป้องกันการกระแทกและฉนวน โดยมีคุณสมบัติเหมือนเป็นท่อเพื่อส่งสัญญาณแสงจากต้นทางไปยังปลายทางและมีอุปกรณ์ที่ต้นทางและปลายทางทำหน้าที่แปลงสัญญาณแสงเป็นสัญญาณข้อมูลเพื่อนำไปใช้งาน (อริคม ฤกษ์บุตร, 2546)

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจเคเบิลใยนำแสง พบว่า มีปัญหาด้านการขายทั้งงานประมูลและขายปลีก โดยงานการประมูลมีปัญหาการแข่งขันค่อนข้างสูงมีคู่แข่งค่อนข้างมาก โดยเฉพาะคู่แข่งจากจีนซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าผู้ผลิตในประเทศไทย ส่งผลให้ยอดขายและกำไรลดลงมาก จากการรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า ยอดขายรวมผู้ผลิตในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 มียอดขาย 4,077,147,872.69 บาท ต่อมาปี พ.ศ. 2561 มียอดขายลดลงเหลือ 3,436,382,597.75 บาท และลดลงอย่างต่อเนื่องปี พ.ศ. 2562 มียอดขายลดลงเหลือ 3,193,048,169.72 บาท และพ.ศ.2563 ลดลงเหลือ 2,365,770,538.84 บาทและพ.ศ.2564 มียอดขายลดลงเหลือ 2,118,036,096.84 บาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) ซึ่งปัญหาที่พบนี้เช่นเดียวกับภาคธุรกิจอื่น ๆ จากการดำเนินงานของภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่ผ่านมาในสถานการณ์โควิด พบว่า ปัญหาหลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจประสบมากที่สุดในตลาดประเทศไทย คือ ปัญหาเงินทุนและวัตถุดิบ รองลงมา คือ ต้นทุนค่าแรง และการขยายตลาดในประเทศ ตามลำดับ (เยาวภา ปฐมศิริกุล และคณะ, 2560)

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้ โดยการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน ด้วยวิธีการใหม่ ๆ ที่เรียกว่านวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันซึ่งเป็นเทคนิค วิธีการใหม่ ๆ หรือปรับปรุงจากวิธีการเดิมที่



นำมาใช้ในองค์กรมุ่งส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในทุกมิติทั้งในด้านการผลิตสินค้า การบริการ และการบริหารจัดการ ซึ่งในทุกองค์กรควรมีการพัฒนาวัฒนธรรมขององค์กรตนเองซึ่งวัฒนธรรมนี้มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของประเทศโดยที่วัฒนธรรม คือ การใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ที่นำมาใช้ในองค์กรมุ่งส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในทุกมิติทั้งด้านการผลิตสินค้า การบริการและการบริหารจัดการหรือการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตัวสินค้าหรือบริการ วัฒนธรรมมีความจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน ดังนั้น ในทุกองค์กรควรมีการพัฒนาวัฒนธรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารของธุรกิจเคเบิลใยนำแสงตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องพัฒนาวัฒนธรรมการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันเพื่อใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทยส่งผลให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ผลจากการศึกษาเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย
3. เพื่อทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลใยนำแสง
4. เพื่อประเมินผลการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลใยนำแสง

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการประชุมระดมความคิดเห็น

กลุ่มเป้าหมาย

ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผู้ผลิตเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย 5 บริษัทจำนวน 5 คน ผู้จัดการ และพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเคเบิลใยนำแสง ในประเทศไทย โดยการเลือกแบบเจาะจงกำหนดคุณสมบัติต้องเป็นผู้บริหาร ผู้จัดการ และพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเคเบิลใยนำแสงอย่างน้อย 1 ปี รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องได้แก่ ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ส่งสินค้าเคเบิลใยนำแสงในประเทศไทย ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น NT MEA PEA True และ AIS รวมทั้งผู้รับเหมางานติดตั้ง ซ่อมแซม โครงข่าย รวมทั้งสิ้น 60 คน (Saaty, T. L., 1970)

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้นำเค้าโครงวิทยานิพนธ์เสนอต่อคณะกรรมการจริยธรรมของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย นอร์ทกรุงเทพ รหัสโครงการ LA 5/2565 ได้พิทักษ์สิทธิกลุ่มเป้าหมายโดยอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายทราบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการดำเนินการเก็บข้อมูลในการวิจัย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย สิทธิของกลุ่มเป้าหมายในการตอบรับหรือปฏิเสธในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้จะไม่ผลต่อการทำงาน โดยให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตัดสินใจในการเข้าร่วมการวิจัยด้วยตนเอง ขั้นตอนและวิธีการวิจัยครั้งนี้ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถออกจากการวิจัยได้ตลอดเวลาระหว่างการเข้าร่วมการวิจัย ข้อมูลทุกอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น เมื่อกลุ่มเป้าหมายยินดียินยอมเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยให้กลุ่มเป้าหมายลงนามในเอกสารยินยอม



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือเชิงคุณภาพ มีดังนี้

1. ประเด็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) เกี่ยวกับสภาพ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย รวมทั้งการประเมินผลการทดลองใช้นวัตกรรม โดยใช้สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผู้ผลิตเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย 5 บริษัทจำนวน 5 คน ผู้จัดการ และพนักงานในบริษัทผู้ผลิต รวมทั้งสิ้น 20 คน (Saaty, T. L., 1970)
2. ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง ผู้ร่วมสนทนากลุ่มประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเคเบิลเส้นใยนำแสง ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 10 คน
3. ประเด็นประชุมระดมความคิดเห็น (Brainstorming) ผู้เข้าร่วม ประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ส่งสินค้าเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น NT MEA PEA True และ AIS รวมทั้งผู้รับเหมางานติดตั้ง ซ่อมแซม โครงข่าย จำนวน 30 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นสนทนากลุ่ม และประเด็นประชุมระดมความคิดเห็น ซึ่งมีวิธีการสร้างดังนี้

1. สร้างข้อคำถามประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นสนทนากลุ่มและประเด็นระดมความเห็นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในด้านภาษาและความถูกต้องด้านเนื้อหา
2. นำข้อคำถามประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นสนทนากลุ่มและประเด็นประชุมระดมความคิดเห็นไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อให้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษา
3. ตรวจสอบคุณภาพของประเด็นสัมภาษณ์โดยนำประเด็นสัมภาษณ์ให้กลุ่มเป้าหมายอ่านเพื่อทดสอบความเข้าใจ ถ้าไม่เข้าใจให้ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามจนกลุ่มเป้าหมายอ่านแล้วเข้าใจ
4. จัดทำประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นสนทนากลุ่มและประเด็นประชุมระดมความคิดเห็นฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น นำเสนอตามขั้นตอนของ R&D ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย โดยมีกิจกรรม ดังนี้

1. สัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเคเบิลเส้นใยนำแสงจำนวน 5 บริษัท ผู้จัดการ และพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเคเบิลเส้นใยนำแสง ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 20 คน เกี่ยวกับสภาพ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย
 2. สนทนากลุ่ม ประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเคเบิลเส้นใยนำแสง ในประเทศไทย จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง
- สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสภาพ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง เพื่อนำเข้าสู่การประชุมระดมความคิดเห็นในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

ในขั้นตอนนี้ใช้การประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าประชุมระดมความคิดเห็นประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย รวมทั้งภาคที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ส่งสินค้าเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น NT MEA PEA True และ AIS รวมทั้งผู้รับเหมางานติดตั้ง ซ่อมแซม โครงข่าย จำนวน 30 คน

ขั้นตอนที่ 3 ทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

ขั้นตอนนี้เป็นการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 โดยการนำไปทดลองใช้ที่บริษัทที่มีความพร้อม คือ บริษัทฟูหยวน โดยกำหนดระยะเวลาในการทดลองใช้ 4 เดือน

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน โดยการประเมินผลจาก Outputs และ Outcomes โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด

การตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการพิจารณาถึงเวลา สถานที่ และบุคคลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน ในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย พบว่า สภาพการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงนั้น ประกอบด้วยศักยภาพการแข่งขันด้านต้นทุน เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ความสามารถ การจัดการ การขายและการเงิน (ทุน) เป็นหลักโดยมีการจัดตั้งทีมเพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนการผลิต ปรับปรุงประสิทธิภาพสารสนเทศ ผ่านการสาธิต การทดสอบ การจัดส่งตัวอย่าง และการทดสอบซ้ำ ๆ ทำให้บริษัทที่กำลังการผลิตจำนวนมากและมีความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้นในผลิตภัณฑ์สายเคเบิลใยนำแสง การส่งเสริมศักยภาพในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ฝ่ายเทคนิคของบริษัทได้ให้ความร่วมมือกับลูกค้าอย่างเต็มที่ โดยการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการออกแบบโครงสร้าง การใช้วัสดุ ข้อมูลจำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ ซึ่งได้รับการตอบรับเชิงค่อนข้างดี ในปีที่ผ่านมามี บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับฝ่ายเทคนิค และฝ่ายจัดซื้อของ บริษัท NT และ AIS ในการทำผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตามความต้องการของลูกค้าและจัดส่งตัวอย่างสายเคเบิลหลายรายการในประเภทสายเคเบิลที่มีโครงสร้างอโลหะตามข้อกำหนดของไฟฟ้า

ส่วนผลการศึกษาปัญหาในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง พบว่า บริษัทไม่เคยพบองค์กรมืออาชีพ สำหรับการให้คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างมืออาชีพมาก่อน ยังขาดความพร้อมหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ในด้านเทคโนโลยี ความสามารถทางเทคนิคของบริษัท ความสามารถบุคลากรที่สามารถตอบสนองการผลิต เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบัน ยังขาดความพร้อมความเข้าใจและความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมในอนาคต และการออกแบบ และพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

และความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทยจากสนทนากลุ่มในด้านศักยภาพการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ต้องการให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ชื่อ Air Blown Fiber Cable คือ เคเบิลที่ใช้ลมเป่าในการติดตั้ง สถานที่การใช้งานก็จะเป็นห้างสรรพสินค้า อาคารที่คนยากที่จะเข้าถึงในการติดตั้ง และต้องการให้มีการนำสายไฟกับสายเคเบิลใยแก้วนำแสงเดินในสายเดียวกัน ไปคู่กัน รวมทั้งต้องการให้มีสายออฟติกหลากหลายสีไม่ใช่สีดำเดียว ศักยภาพการแข่งขันด้านการตลาด ต้องการให้มีการพัฒนาโปรแกรมลูกค้า

สัมพันธ์ มีการตลาดผ่าน Social ต่าง ๆ โดยการสร้างเป็นเรื่องราว ทำในเชิงสนุกสนาน อาจทำการ์ตูน มีบริการสื่อสารการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ และศักยภาพการแข่งขันด้านบริการ ต้องการตั้งศูนย์การเรียนรู้ด้านเคเบิล และการติดตั้งเพื่อให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำ รวมทั้งการบริการหลังการขาย มีทั้งลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ พวกข้อมูล ให้คำปรึกษาด้านข้อมูล มีบริการครบวงจร

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง

โดยใช้การจัดเวทีระดมความเห็น ได้ 3 นวัตกรรม ดังนี้ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ได้ดำเนินการ คือ 1.1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ป้องกันไฟไหม้ ไฟลาม และ 1.2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Air Blown Fiber Cable 2) นวัตกรรมการตลาด ได้ดำเนินการบริการแชนบอท ให้คำปรึกษากับลูกค้าโดยตรง และ 3) นวัตกรรมบริการ มี 2 กิจกรรม คือ 3.1) การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ต้องสะท้อน story ของบริษัท และ 3.2) ระบบ QR code เพื่อบอกข้อมูลของสินค้า

3. ผลการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง

ในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยการลงมือปฏิบัติจริง (Action learning) โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งหมด 5 กิจกรรม ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จากการประชุมเห็นควรดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ป้องกันไฟไหม้ ไฟลาม เป็นสายที่ใช้ในการต้านการติดไฟ ผลมาจากวัสดุคุณภาพดี ที่มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มความปลอดภัยเมื่อเกิดเหตุไฟไหม้จากไฟฟ้าลัดวงจร ให้ปริมาณควันมีน้อยลง ช่วยป้องกันการลุกลามและเป็นสายไฟที่ไม่มีสารที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาทางเคมี และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Air Blown Fiber Cable โดยใช้ท่อไมโครดักที่ติดตั้งบนเสาไฟฟ้าเพียงท่อเดียวเพื่อนำสายสื่อสารร้อยในท่อเป็นท่อที่จับมัดรวมท่อ Micro ducts เข้าด้วยกันเป็นบันเดิล (Bundle)

2. นวัตกรรมการตลาด จากการประชุมเห็นควรดำเนินกิจกรรมการบริการแชนบอท ให้คำปรึกษากับลูกค้าโดยตรง โดยการถามและตอบคำถามของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้งานสายเคเบิลประเภทต่าง ๆ

3. นวัตกรรมบริการ จากการประชุมเห็นควรดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 1) การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ ของบริษัทโดยต้องสะท้อน story ของบริษัท และ 2) ระบบ QR code เพื่อบอกข้อมูลสินค้าโดยการออกแบบ QR Code ที่บรรจุข้อมูลต่าง ๆ เช่นรายละเอียดและวิธีการใช้งานของสายเคเบิลต่าง ๆ สำหรับลูกค้าเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้ให้เหมาะสม สามารถใช้แจกเอกสารออนไลน์แทนการใช้กระดาษและเก็บข้อมูล Big Data

4. ผลการประเมินการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง

ผลการประเมินการทดลองใช้นวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับองค์กร เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่เป็นทางเลือกให้ลูกค้าหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งนวัตกรรมการตลาดสามารถเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ และสร้างลูกค้าที่เพิ่มขึ้นให้กับบริษัท ส่วนนวัตกรรมการบริการได้แนวทางการบริการแบบใหม่มาใช้ ทำให้การบริการดีขึ้นรวดเร็วขึ้น

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย พบว่า สภาพการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง นั้นมีการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันในด้านต้นทุน เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ความสามารถ การจัดการ การขายและการเงิน (ทุน) เป็นหลักการ

ส่งเสริมศักยภาพในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่ต้องแข่งขันกับสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีราคาถูกกว่า ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องปรับตัวโดยการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน ให้มีศักยภาพในทุกด้านทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการและด้านการตลาด สอดคล้องกับ เรววัฒน ชาตริวิศิษฐ์ และคณะ ได้สรุปว่าการสร้างความมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ (เรววัฒน ชาตริวิศิษฐ์ และคณะ, 2553) และผลการศึกษาสอดคล้องกับ ศิริโรจน์ เย็นระทา พบว่า ศักยภาพในการแข่งขันต้องทำให้ธุรกิจมีความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ราคา การบริการจัดส่งสินค้า ความน่าเชื่อถือ มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (ศิริโรจน์ เย็นระทา, 2563)

ผลการศึกษาสภาพปัญหาในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง พบว่า บริษัทไม่เคยพบองค์กรมืออาชีพ สำหรับการให้คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างมืออาชีพมาก่อน ยังขาดความพร้อมความเข้าใจและความเชี่ยวชาญในด้านการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมทั้งหมด รวมทั้งปัญหาการตลาดที่ต้องแข่งขันกับจีนและการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้อาจเกิดจากความไม่พร้อมที่เป็นปัญหาของหลาย ๆ หน่วยงานต้องเผชิญกับความไม่พร้อมทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะการขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องสายเคเบิลเส้นใยนำแสง สอดคล้องกับ วิฑูรย์ สิมะโชคติดักกล่าวว่าปัญหาด้านการตลาดส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ยังขาดความรู้ความสามารถในการการตลาดในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ ขณะเดียวกันปัญหาเรื่องการเปิดตลาดเสรีทางการค้าทำให้สินค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากจีนเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในประเทศที่ผลิตมากขึ้น (วิฑูรย์ สิมะโชคติดัก, 2555) และผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ พบว่า ปัญหาการตลาดเป็นปัญหาโดยทั่วไปของกลุ่มสินค้า (ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ, 2562)

ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ต้องการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ เคเบิลที่ใช้ลมเป่าในการติดตั้งและการนำสายไฟกับสายเคเบิลใยแก้วนำแสงเดินในสายเดียวกัน ส่วนในด้านการตลาดต้องการพัฒนาโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ มีการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น YouTube TikTok และด้านบริการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ด้านเคเบิลและการติดตั้ง บริการให้ความรู้ เช่น ให้คำอธิบายในการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับโครงการว่าสินค้าแบบไหนเหมาะกับโครงการ ที่เป็นเช่นนี้เพราะความต้องการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จโดยเฉพาะในปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์ไปได้อย่างรวดเร็วจึงมีความต้องการด้านการตลาดออนไลน์ และการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถสร้างศักยภาพการแข่งขันได้ สอดคล้องกับ Xiong, J และ Azam, M ที่พบว่า ถ้าหากพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้ารวมทั้งมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) มาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและสามารถหลอมรวมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกลยุทธ์และกิจกรรมทางธุรกิจได้จะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจให้มากที่สุด (Xiong, J., 2016); (Azam, M. , 2015) และ สอดคล้องกับ วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล และคณะ พบว่า ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มมีความต้องการที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้วิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือ (วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล และคณะ, 2563)

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงในประเทศไทย ได้ 3 นวัตกรรม ดังนี้ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มี 2 กิจกรรม คือ 1.1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ป้องกันไฟไหม้ ไฟลาม และ 1.2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Air Blown Fiber Cable 2) นวัตกรรมการตลาด มี 1 กิจกรรม คือ การบริการแชทบอท ให้คำปรึกษากับลูกค้าโดยตรง และ 3) นวัตกรรมบริการ มี 2 กิจกรรม คือ 3.1) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ต้องสะท้อน story ของบริษัท และ 3.2) ระบบ QR code เพื่อบอกข้อมูลของสินค้า ซึ่งนวัตกรรมที่

ได้ทั้งหมดนี้มาจากความต้องการของทุกฝ่ายทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายรวมทั้งได้ผ่านการวิพากษ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ สอดคล้องกับ ศศิมา สุขสว่าง ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมตามแนวคิด 4Cs ที่มีเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมควรต้องพัฒนาและนำเสนอคุณค่าในตัวสินค้าแก่ลูกค้า โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และนวัตกรรมเพื่อการผสานความร่วมมือแบบ ร่วมคิด ในโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ตลาดโลก (Global Reach) โดยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ตั้งแต่ต้นน้ำจนออกมาเป็นแบรนด์เพื่อนำเสนอสู่มือผู้บริโภคให้ตรงใจและพึงพอใจในคุณภาพ มาตรฐาน (ศศิมา สุขสว่าง, 2566) และสอดคล้องกับ กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และคณะ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ (กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และคณะ, 2563)

3. ผลการทดลองนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 1) ผลิตภัณฑ์ป้องกันไฟไหม้ ไฟลาม และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Air Blown Fiber Cable ทั้งนี้ เพราะ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้จำเป็นต่อการใช้งานที่สามารถป้องกันไฟไหม้และไฟลามเมื่อเกิดเพลิงไหม้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ สอดคล้องกับ เรววัฒน์ ชาตรี วิศิษฐ์ และคณะ กล่าวถึงการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งผลโดยตรงต่อลูกค้า การตอบสนองก่อให้เกิดผลดีในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้ากับ (เรววัฒน์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ, 2553) สอดคล้องกับ อัปสร อีซอ และคณะ ได้วิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในจังหวัดยะลา พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น (อัปสร อีซอ และคณะ, 2562)

นวัตกรรมการตลาด ได้ดำเนินกิจกรรมการบริการแซทบอท ให้คำปรึกษากับลูกค้าโดยตรง ทั้งนี้เพราะ การบริการแซทบอทเป็นการบริการที่ทันสมัย แบบออนไลน์เนื่องจากธุรกิจสายเคเบิลเส้นใยนำแสงนั้นต้องการผู้ที่ให้คำแนะนำที่มีความรู้อย่างแท้จริงในเรื่องนี้จึงจำเป็นต้องมีบุคคลที่เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเมื่อต้องการใช้งาน ดังนั้น กิจกรรมบริการให้คำปรึกษาแบบแซทบอทจะเป็นการให้การบริการแบบสองทางที่สามารถโต้ตอบกันได้แบบเรียลไทม์สามารถตอบคำถามได้ทันต่อความต้องการ สอดคล้องกับ ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร ได้สรุปว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของส่วนประสมการตลาดมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้า ชักชวนให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้า และให้ผู้บริโภคจดจำประโยชน์ของสินค้าที่ใช้ได้ องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ การตลาด (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2560) สอดคล้องกับ กรัณย์พัฒน์ อัมประเสริฐ ได้พัฒนารูปแบบนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า รูปแบบนวัตกรรมทางการตลาด ควรทำกิจกรรมเชิงรุก ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และใช้เครื่องมือทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ (กรัณย์พัฒน์ อัมประเสริฐ, 2563)

นวัตกรรมบริการ ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 1) การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ต้องสะท้อน Story ของบริษัท และ 2) ระบบ QR code เพื่อบอกข้อมูล ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันนี้การติดต่อผ่านโซเชียลมีเดียเป็นเรื่องที่เป็นความจำเป็นต้องการของทุกองค์กรเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้การติดต่อสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ใช้เวลาในแต่ละวันเข้าถึงข้อมูลบนโลกออนไลน์ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียจึงทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ส่วนระบบ QR code ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสายเคเบิลเส้นใยนำแสงอย่าง ครบคลุมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การติดตั้งการใช้งาน การบำรุงรักษา ฯลฯ สอดคล้องกับ (รัฐชนา โกชนากิจ, 2566) ได้กล่าวว่า QR Code ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลกและเป็นประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านธุรกิจ QR Code ช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลของแบรนด์ทำได้ง่ายขึ้นเพราะ QR Code สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งตัวอักษรและรูปภาพ (รัฐชนา โกชนากิจ, 2566) และสอดคล้องกับ อภิชาล ทองมั่ง กำเนิดว่า และเสาวลักษณ์ ยกฉวี ได้ศึกษาพบว่า ระบบ QR Code และการประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร โดยการการประยุกต์ใช้ในหน่วยงานด้านการ



ผลิตและบริการ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า QR Code เป็นเครื่องมือหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดได้ (อภิสิทธิ์ ทองมั่ง กำเนิดวิภา และเสาวลักษณ์ ยกฉวี, 2563)

4. ผลการประเมินการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสง

ผลการประเมินการทดลองใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริหารมีความพึงพอใจในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับองค์กร เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่เป็นทางเลือกให้ลูกค้าหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพราะนวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่นี้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ได้รับการตอบรับดีมาก ทำให้รายได้เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับ ศุภรา เจริญภูมิ ได้กล่าวว่า นวัตกรรมทางธุรกิจที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้รับการปรับปรุงหรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด การสร้างนวัตกรรมจำเป็นต้องมีการคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า (ศุภรา เจริญภูมิ, 2565)

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยชิ้นนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

1. ความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันนั้นจำเป็นต้องสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับเพื่อต้องร่วมมือกันพัฒนานวัตกรรม
2. สร้างการยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการนำนวัตกรรมที่ได้ไปสู่การปฏิบัติจะได้รับความร่วมมือ
3. สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของนวัตกรรมที่ได้สร้างขึ้น ว่าทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมจึงเป็นเจ้าของนวัตกรรมร่วมกัน มีส่วนร่วมในการทดลองใช้และส่วนในการประเมินนวัตกรรม

สรุป/ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยได้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจเคเบิลเส้นใยนำแสงที่ประกอบด้วย 3 นวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาดและนวัตกรรมบริการ ได้นำนวัตกรรมไปทดลองใช้เป็นเวลา 4 เดือน ซึ่งผลการประเมินในแต่ละนวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับองค์กร เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่เป็นทางเลือกให้ลูกค้าหลากหลายมากขึ้น จากค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่าง ๆ คือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมธุรกิจการค้า รวมทั้งผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ จากผลการศึกษาได้นวัตกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาดและนวัตกรรมบริการซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร และข้อเสนอแนะทางวิชาการ ผลการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะทางวิชาการที่มีเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาได้แก่สถาบันการศึกษา สถาบันฝึกอบรมต่าง ๆ ทุกระดับ รวมทั้งหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำตำรา คู่มือ เอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสายเคเบิลเส้นใยนำแสง ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เช่น Air Blown Fiber Cable จึงมีความรู้การศึกษาประสิทธิภาพของการใช้งานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). ข้อมูลธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 11 กันยายน 2565 จาก <https://www.dbd.go.th/index>

- กรณีย์พัฒน์ อัมประเสริฐ. (2563). การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง ในจังหวัดนนทบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(2), 244-254.
- กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และคณะ. (2563). การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 12(4), 65-80.
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2560). หลักการจัดการธุรกิจปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล และคณะ. (2560). การประเมินศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน. ของธุรกิจ SMEs กลุ่มรองเท้าในประเทศไทยสู่ตลาดอาเซียน. วารสารบริหารธุรกิจนิต้า, 21(3), 45-66.
- รัฐชนา โกชนากิจ. (2566). QR Code เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.ofm.co.th/blog>
- เรวัฒน์ ขาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล และคณะ. (2563). การพัฒนาศักยภาพการประกอบการธุรกิจชุมชนกรณีธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเล็คอบล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์, 14(32), 125-140.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2555). การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ. (2562). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ. วารสารเศรษฐศาสตร์, 15(2), 1-25.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2566). การพัฒนาเชิงนวัตกรรมด้วย 4Cs Model. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/model-product-4cs>
- ศิริรัตน์ เียนธธา. (2563). กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน จังหวัดอุดรธานี. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ศุภรา เจริญภูมิ. (2565). นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และการบริการ. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก <https://elcim.ssru.ac.th>
- อติคม ฤกษ์บุตร. (2546). เส้นใยแก้วและการประยุกต์ใช้งานเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 2) ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อภิชาล ทองมั่ง กำเนิดว่า และเสาวลักษณ์ ยกฉวี. (2563). ระบบคิวอาร์โค้ดและการประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร. วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์, 14(2), 24-37.
- อัปสร อีซอ และคณะ. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 14(3), 417-423.
- Azam, M. . (2015). Diffusion of ICT and SME performance: Advances in Business Marketing and Purchasing. New York: Emerald Group Publishing Limited.
- Saaty, T. L. (1970). How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process. European Journal of Operational Research, 48(1), 9-26.

Xiong, J. (2016). Understanding the Role of Information Technology For Sustainable Development In Small Businesses And Micro-Enterprises. In Dissertation Degree of Doctor of Philosophy University of Nebraska. Nebraska.