

การค้าชายแดนไทย : ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสู่ความสำเร็จ Success of Thai border trading through business innovation

ชัยสิงห์ ทองเกื้อ¹ และ ทวีป พรหมอยู่²
Chaising Thongkua¹ and Taweep Promyoo²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรม และสร้างกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทย : ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสู่ความสำเร็จ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก ผลการศึกษาพบว่ามีตัวแปรที่สำคัญดังนี้ 1) ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ 2) ความสำเร็จของธุรกิจการค้าชายแดน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ปัจจัยด้านนวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ ผลการศึกษานี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย พัฒนาองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ , ความสำเร็จของธุรกิจการค้าชายแดนไทย, การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

Abstract

This research aims to review the literature and create conceptual framework related to the success of Thai border trading through business innovation. It is conducted by studying the group of import and export operators. the study concludes that there are important variable factors as follows: 1) Business innovation consist of leadership, planning, information technology, human resources and the process. 2) Success of border trading business consist of finance, customers, internal process, learning and development.

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวัตกรรมการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : s60463829026@ssru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวัตกรรมการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Email : taweep.pr@ssru.ac.th

After the study, these factors will be used as a framework for survey data analysis and guideline for Thai border trade operators helping to develop the organization in line with the evolving of technologies and other risk factors that may happen in the future.

Keywords : Business innovation factors, Success of border trading Thai business, advancement of technologie

บทนำ

โลกยุคปัจจุบันที่เราอยู่ทุกวันนี้ต่างไปจากเดิมมาก เรากำลังก้าวเข้าสู่ โลกยุคใหม่ ที่เทคโนโลยีสมัยใหม่จะเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด โครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จะซับซ้อนมากยิ่งขึ้น หลายเรื่องจะเชื่อมต่อกัน มีผลกระทบกลับไปมาจนเกือบจะเป็นส่วนเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้จะตั้งอยู่บนพลังของเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิมหลายเท่าตัว โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทในความเป็นอยู่ของคนเรา ทำให้สภาพแวดล้อมที่เราต้องเผชิญในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีความผันผวนสูง และเป็นไปในทิศทางที่คลุมเครือ คาดเดาได้ยาก แนวคิดแบบเดิมๆจึงไม่สามารถนำมาใช้กับการดำเนินธุรกิจในโลกยุคปัจจุบัน (ธนพล ก่อฐานะ, 2562)

การสร้างธุรกิจแห่งนวัตกรรม นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน สิ่งสำคัญคือผู้บริหารต้องเข้าใจ คำว่า “Disruption” เริ่มจากเปลี่ยน แนวความคิดของตัวเองก่อนและยอมรับผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่ายึดติด

กับความเชื่อหรือแนวทางการทำธุรกิจแบบเดิมๆ เพราะภูมิทัศน์ทางธุรกิจมันเปลี่ยนไปแล้ว และมันเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ด้วยพลวัตที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงอย่างไม่เคยเห็นมาก่อน สิ่งที่เคยทำให้เราสำเร็จในอดีตอาจจะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันไม่ได้ ผู้บริหารควรหาแนวทางที่จะรับมือเพื่อความอยู่รอดขององค์กรควรปรับมุมมองใหม่ ได้แก่ ความเร็ว, มุมมองคนรุ่นใหม่, Startup, และ Technology การรับรู้ที่รวดเร็ว (อริญญา เถลิงศรี, 2018) หากองค์กรไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้ว ย่อมเป็นการยากที่จะทำให้องค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความสำเร็จขององค์กรที่เป็นผู้นำตลาดในยุคปัจจุบัน มักเกิดจากการนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น นวัตกรรมทางด้านสินค้า นวัตกรรมด้านกระบวนการทำงาน นวัตกรรมด้านการให้บริการ นวัตกรรมด้านการจัดการ หรือด้านการตลาด ธุรกิจแห่งนวัตกรรมเป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะองค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ไปสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้จะต้องเริ่มจากการที่ผู้บริหารธุรกิจมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่ง

นวัตกรรม โดยธุรกิจที่มีนวัตกรรมสูง มีองค์ประกอบ ดังนี้ คือ ด้านภาวะผู้นำ (Leadership) ด้านการวางแผน (Planned) ด้านสารสนเทศ (Information) ด้านบุคลากร (People) และด้านกระบวนการ (Processes) (วารุณี กุรัตนาวิจิตรา, 2560 และ ดนัย เทียนพุด, 2550)

การค้าชายแดน ถือได้ว่าเป็นการค้าที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยประเทศไทยนั้นมีพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านจำนวนทั้งสิ้น 4 ประเทศด้วยกัน คือ ประเทศเมียนมาร์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศมาเลเซีย มูลค่าการค้าชายแดนและผ่านแดนของไทย 11 เดือนของปี 2562 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,231,862 ล้านบาท ลดลง 2.97% เป็นการส่งออก 687,404 ล้านบาท ลดลง 2.62% และการนำเข้า 544,459 ล้านบาท ลดลง 3.42% ซึ่งเกินดุลการค้า 142,945 ล้านบาท โดยแยกเป็นการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ มูลค่า 985,114 ล้านบาท ลดลง 4.03% เป็นการส่งออก 560,078 ล้านบาท ลดลง 5.46% นำเข้า 425,036 ล้านบาท ลดลง 2.07% เกินดุลการค้า 135,042 ล้านบาท ทั้งนี้ การค้าชายแดนกับประเทศ มาเลเซียยังคงเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่ง มูลค่า 476,153 ล้านบาท ลดลง 8.76% เป็นการส่งออก 231,743 ล้านบาท ลดลง 13.06% นำเข้า 244,409 ล้านบาท ลดลง 4.26% รองลงมา คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มูลค่า 181,808 ล้านบาท ประเทศเมียนมาร์ มูลค่า 180,737 ล้านบาท และประเทศกัมพูชา มูลค่า 146,416 ล้านบาท ซึ่งสถานการณ์การค้าชายแดนและผ่านแดนลดลง โดยมีปัจจัยกระทบจากค่าเงินบาทแข็งตัวมากขึ้น ปัญหาของเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

และสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนยังคงยืดเยื้อ ความไม่มีเสถียรภาพของค่าเงินของแต่ละประเทศ รวมถึงประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ในภูมิภาค (กรมการค้าต่างประเทศ, 2562)

จากการวิจัยที่ผ่านมาของ วารุณี กุรัตนาวิจิตรา (2560) ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธุรกิจประเภทบริการ ของประเทศไทย โดยธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ ที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดโดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านสารสนเทศ ด้านกระบวนการด้านการวางแผน ด้านคน และด้านภาวะผู้นำความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน ขณะที่ อัคร ปานเพชร (2559) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด ด้วยวิธีการส่งออก มากที่สุด และการเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศด้วยเงินลงทุนโดยกิจการเป็นเจ้าของ 100% ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ดังนี้ คือ ปัจจัยการดำเนินการ หรือปัจจัยทางการผลิต

อุปสงค์หรือความต้องการ เหตุสุตวิสัยหรือโอกาส
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน
รัฐบาล ตามลำดับ นอกจากนั้น นวิทย์ เอเมอก
(2557) พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
สมรรถนะเชิงพฤติกรรม และแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด
ภาคใต้ชายแดน มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อ
ความสามารถในการแข่งขัน โดยผ่านสมรรถนะ
เชิงพฤติกรรม ขณะที่กฎระเบียบปฏิบัติของ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อ
ความสามารถในการแข่งขันผ่านแผนพัฒนา
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน และความสามารถในการ
แข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการ
ประกอบการ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เป็นมูลเหตุจูงใจให้
ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการค้าชายแดน
ไทย : ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสู่ความสำเร็จ
โดยผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาว่ามีปัจจัยด้าน
นวัตกรรมทางธุรกิจด้านใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ
ของธุรกิจการค้าชายแดนไทย โดยข้อมูลจะเป็น
ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย
สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนา
ศักยภาพการค้าดำเนินธุรกิจการค้าชายแดน ให้เป็น
ธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่สามารถเติบโตอันจะเป็นการ
สร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นกลยุทธ์ในการสร้าง
คุณภาพการค้าดำเนินธุรกิจการค้าชายแดนให้มีความ
เจริญก้าวหน้า ต่อไป

เนื้อหาบทความปริทัศน์

1. นวัตกรรม

ในปัจจุบันนวัตกรรมได้เข้ามามีบทบาทต่อ
การพัฒนาอย่างมาก ซึ่งนวัตกรรมเป็นกระบวนการ
ที่มาจากความคิดที่ตกผลึกออกมาจนกลายเป็นสิ่งที่

นำไปสู่การพัฒนาการที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการ
สร้างนวัตกรรมที่เป็นกระบวนการทางความคิดเพื่อ
นำไปสู่การพัฒนาและนำมาซึ่งความสำเร็จของ
องค์กรในยุคของการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ
ทั้งนี้ในการศึกษาจึงได้มีแนวคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับ
นวัตกรรมเกิดขึ้นอย่างมากมาย โดยมีผู้เชี่ยวชาญ นัก
คิดนักวิชาการจากหลากหลายสาขาอาชีพได้ให้
ความหมาย และคำนิยามไว้ในหนังสือ งานเขียน
งานวิจัยต่าง ๆ ดังนั้นเพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึง
แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมรวมทั้ง
บทบาทและความสำคัญของนวัตกรรมที่มีการบริหาร
องค์กร โดยสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1.1 ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก
Innovare ในภาษาละติน แปลว่า การทำสิ่งใหม่
ขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของคำว่า
นวัตกรรม ที่รูปศัพท์เดิมมาจากภาษาบาลี คือ นว +
อตต + กรรม กล่าวคือ นว แปลว่าใหม่
อตต แปลว่า ตัวเองและกรรม แปลว่า การกระทำ
เมื่อนำคำ นว มาสนธิ กับอตต จึงเป็น นวัตกรรม และ
เมื่อรวมคำนวัตกรรม มาสนธิ กับกรรม จึงเป็นคำว่า
นวัตกรรมแปลตามรากศัพท์เดิมว่า การกระทำที่ใหม่
ของตนเอง หรือการกระทำของตนเองใหม่
นอกจากนี้องค์กร ด้านนวัตกรรมและนักวิชาการ
หลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ดังนี้

นพดล เหลืองภิรมย์ (2557: 34) ได้ให้
ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง
สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิด
สร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม
ขณะที่ จีราวรรณ วุฒิสวัสดิ์ (2557: 41) ได้ให้
ความหมายนวัตกรรม หมายถึง การปรับปรุง

ของเก่าให้ใหม่ขึ้นและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ นวัตกรรมไม่ใช่ การขจัดหรือลบล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุง เสริมแต่งและพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของ ระบบ ขณะที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) กล่าวว่า นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการ ผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการ ของตลาด

ดังนั้นจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ ความคิด การปฏิบัติหรือการ คิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือการ พัฒนา ปรับปรุง ดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่ให้ ทันสมัย และใช้งานได้ดียิ่งขึ้นโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเข้ามาทำให้องค์กรดำเนินกิจการได้อย่าง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นกว่าเดิมโดยการ ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 องค์กรแห่งนวัตกรรม

องค์กรแห่งเป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหาร จัดการองค์กรแนวใหม่ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะ องค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่ง ที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อน เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า ของบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็น ปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนาผลิตสินค้าและ บริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า ความอยู่รอด และ ความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาด การค้าโลกเสรีได้

1.3 ความสำคัญของนวัตกรรม

ในยุคของการสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภาค รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจเอกชน องค์กรที่จะสามารถรักษาศักยภาพ ในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดย อาศัยผลของนวัตกรรม องค์กรนั้นจะต้องเข้าใจใน นวัตกรรมในภาพกว้าง ซึ่งจะรวมไปถึง การเป็น เทคโนโลยีใหม่และวิธีการสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธี ใหม่ๆ นวัตกรรม มีความสำคัญต่อองค์กร (นพดล เหลืองภิรมย์, 2557) กล่าวคือ 1) สู่ความเป็นเลิศของ บุคคล (Individual Excellence) ความคิดของ บุคคลก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นได้ ด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยพลังความคิด นวัตกรรม ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมักเกิดจากปัจจัย บุคคลแต่ละคน 2) สู่ความเป็นเลิศของทีมงาน (Teamwork Excellence) การส่งเสริมให้เกิดการ เรียนรู้แบบมีส่วนร่วมหรือแบบทีมงานเป็นสิ่งจำเป็น และสำคัญ เพราะบางครั้งไม่สามารถคิดได้ด้วย ตนเอง เมื่อมีกลุ่มเกิดขึ้นจากการประชุมระดมสมอง และทำงานเป็นทีม แนวคิดสมัยใหม่เชื่อว่า การ ทำงานเป็นทีมจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ จะก่อให้เกิด นวัตกรรม 3) สู่ความเป็นเลิศขององค์กร (Organization Excellence) การสร้างองค์กรที่ดี เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้น ทฤษฎี องค์กรสมัยใหม่ก่อให้เกิดองค์กรนวัตกรรม

1.4 นวัตกรรมทางธุรกิจ

นวัตกรรมถือเป็นสิ่งจำเป็นในการทำธุรกิจ เพราะจะทำให้ธุรกิจมีความมั่นคงเจริญก้าวหน้าได้ อย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ที่ได้ประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่จะมีมูลค่ามากเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องได้รับการดูแลและ ค้ำครองเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดขึ้นได้ เนื่องจาก

นวัตกรรมเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ภาครัฐจึงให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนา นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์ด้านต่างๆกับผู้พัฒนา นวัตกรรม (รักษ วรรกิจโกศาทพร, 2547) ซึ่งธุรกิจในประเทศไทยจะสามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ธุรกิจแห่ง นวัตกรรมได้จะต้องเริ่มจากการที่ผู้บริหารธุรกิจมีความ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่ง นวัตกรรม ธุรกิจที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจที่มี นวัตกรรมสูง มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้าน ภาวะผู้นำ (Leadership) 2) ด้านการวางแผน (Planned) 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) 4) ด้านบุคลากร (People) และ 5) ด้านกระบวนการ (Processes) (दनัยเทียนพุดม, 2550)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม สำหรับงานวิจัยนี้ นวัตกรรมทางธุรกิจ หมายถึง รูปแบบธุรกิจที่สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่โดดเด่นมี ศักยภาพสูงมีการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มี ผู้ประกอบการที่มีภาวะผู้นำ มีการวางแผน/มุ่งเน้น นวัตกรรม มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศให้เกิดประโยชน์ มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสม มีกระบวนการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ ทำให้การดำเนินธุรกิจบรรลุ ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. ความสำเร็จ

การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ หลายปัจจัย ซึ่งทุกองค์กรต่างมีเป้าหมายหรือ แผนการปฏิบัติงาน และสามารถดำเนินธุรกิจจน บรรลุตามแผนหรือเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนมากผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจในปัจจุบัน ล้วนมีเทคนิคและวิธีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป

2.1 ความหมายของความสำเร็จ

จากการศึกษาความหมายของความสำเร็จ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของความสำเร็จไว้ ดังนี้

อานันท์ ชินบุตร(2554)กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการวางแผนการปฏิบัติงาน การตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ให้บรรลุผลตาม ที่ตั้งไว้ ขณะที่ นิตย สัมมาพันธ์ (2548) กล่าวว่า ความสำเร็จหมายถึงความสามารถขององค์กร ที่ตั้งแผนปฏิบัติงานและดำเนินการตามแผนอย่างมี ประสิทธิภาพจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย โดยที่ พวงรัตน์ เกสรแพทย์และดุขฎิ โยเหลา (2546) กล่าวว่าความสำเร็จ หมายถึงความสามารถในการ บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ด้านการบริหาร ด้วยการ ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามการ วางแผนการจัดการ การดำเนินการตามแผนอย่างมี ประสิทธิภาพและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ขององค์กรธุรกิจ

อัศกร ปานเพชร (2559) กล่าวว่า ผล การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยต่างๆ โดยรวมเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ SMEs ไทยอยู่ในระดับมาก โดยระดับ ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยมี 2 ระดับคือ (1) ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ SME ไทยในระดับมาก ได้แก่ กลยุทธ์ องค์กรโครงสร้างและการแข่งขันซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อ

ต่อความสำเร็จสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิตอุปสงค์ หรือความต้องการและรัฐบาลตามลำดับ และ(2) ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุนและเหตุสุดวิสัยหรือโอกาสตามลำดับ ในขณะที่ สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2550) กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร คือ 1)การยอมรับและการสนับสนุนของฝ่ายบริหารอย่างแท้จริงจะช่วยให้มีการนำไปปฏิบัติในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร 2)ต้องระบุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายให้ชัดเจนสามารถวัดได้ ต้องเข้าใจง่าย ท้าทาย มีเหตุผลอธิบายได้สามารถบรรลุได้ และต้องกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน 3)ต้องมีการปรึกษาหารืออย่างสม่ำเสมอตามกำหนดที่วางไว้ 4)ต้องมีความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชา และต้องถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา

จากแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การธุรกิจเป็นการมีกระบวนการหรือการประมวลผลด้วยการเอาความรู้ต่างๆที่ได้เพื่อทำการคิด สร้างกลยุทธ์ และสร้างสรรค์สิ่งต่างๆขึ้นมาและที่สำคัญผู้บริหารต้องมีความคิดที่ทันสมัย มีโครงสร้างองค์การที่มั่นคงเป็นหัวใจหลักในการที่จะให้องค์การบรรลุผลตามที่ตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทำให้องค์การประสบความสำเร็จ

2.3 องค์ประกอบของมุมมองด้านการวัดผลความสำเร็จ

การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ของ

Kaplan และNorton ถือเป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลงานที่ให้ภาพที่ชัดเจนรวดเร็วและยังสื่อไปถึงอนาคตอย่างเป็นตรรกะ นอกจากนั้นเครื่องมือในการวัดผลนี้ยังทำให้กิจกรรมสามารถรับรู้ถึงจุดแข็งจุดอ่อนของกิจการได้ตลอดเวลา ดังนั้นกิจการสามารถใช้เป็นสัญญาณเตือนได้อย่างทันเหตุการณ์ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างองค์การให้มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพนี้ได้แบ่งมุมมองที่จะใช้วัดผลการดำเนินงาน ออกเป็น 4 มุมมองได้แก่ ซึ่งประกอบด้วย 1)มุมมองด้านการเงิน 2) มุมมองด้านลูกค้า 3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน 4)มุมมองด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา (อำนาจ ธีระวิช, 2544: 11-17)

ในการวัดผลการปฏิบัติงานดุลยภาพนี้เพื่อเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานที่จะทำให้กิจการสามารถนำมาพิจารณาธุรกิจได้ตลอดเวลาว่า ณ เวลาหนึ่งๆ ธุรกิจมีสถานะอย่างไรในภาพรวมทั้ง 4 มุมมอง เพราะความสำเร็จเพียงด้านใดด้านหนึ่งอย่างไม่สมดุล เช่นกิจการประสบความสำเร็จทางด้านการเงิน แต่มีจุดอ่อนในด้านกระบวนการภายใน และการเรียนรู้องค์กร สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จนั้นเป็นเพียงสิ่งที่เกิดขึ้นชั่วคราวเท่านั้นเพราะความสมดุลดังกล่าวได้บ่งบอกถึงการขาดความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต หรือในทางตรงกันข้ามถ้ากิจกรรมประสบความสำเร็จในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีกระบวนการภายในธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ่งเหล่านี้จะมีประโยชน์หากธุรกิจประสบความสำเร็จทางการเงิน นอกจากนั้นยังสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจไม่สามารถนำจุดแข็งที่ธุรกิจมีอยู่ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นก็เห็นได้ว่าในที่สุดแล้ว

มุมมอง 4 มุมมอง ต่างมีความสัมพันธ์กันและขึ้นต่อกันอย่างเป็นระบบโดยเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ของกิจการอย่างชัดเจน

บทสรุป

อาจกล่าวได้ว่า ในโลกของการแข่งขัน ที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของมนุษย์ อีกทั้งยังมีเหตุปัจจัยอื่นที่คาดการณ์ไม่ได้ เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยจากโรคระบาดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ สิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารธุรกิจต้องมี กลยุทธ์ที่จะพัฒนาตนเอง มีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม ซึ่งธุรกิจที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจที่มีนวัตกรรมสูง มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ คือ 1) ด้านภาวะผู้นำ 2) ด้านการวางแผน 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 4) ด้านบุคลากร และ 5) ด้านกระบวนการ เพื่อนำมาสร้างให้องค์กรมีจุดแข็งใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบัน และในอนาคตจะสามารถสร้างความได้เปรียบซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ ความมั่นคง และยั่งยืน ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ. (2562). รายงานสถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน.

กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2554). ผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการ

ดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีสุรนารี.

จิราวรรณ วุฒิสวัสดิ์. (2557). พื้นฐานการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก. กรุงเทพฯ:

วัฒนาพานิช.

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2551). คู่มือสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ.

(2554). การตลาด 1 ตำบล 1

ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

दनัย เทียนพุด. (2550). ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ/Key Performance Indicators.

กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.

ธนพล ก่อฐานะ. (2558). นักต่อสู้วิกฤต (Crisis Fighter).

ธนพล ก่อฐานะ.(2562). การปรับกระบวนการคิดในยุคดิจิทัล (Mindset Transformation in the Digital Age).

ธงชัย สันติวงษ์. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์.

กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.

(พิมพ์ครั้งที่ 10).กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นพดล เหลืองภิรมย์. (2557). การจัดการนวัตกรรม.

กรุงเทพฯ: ดวงกลม.

นิติ รัตนปรีชาเวช. (2553). ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ.

ดุชนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ดุชนิพนธ์ดิ
คณะรัฐประศาสนศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

สุวีริยาสาส์น.

ผุสดี พลสารัมย์. (2550). การศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาดที่มี

ผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกใน
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผุสดี รุมาคม. (2553). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม.
(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์

เซ็นเตอร์การพิมพ์.
ปนัดดา แก้วตรีวงษ์. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่าง
ศักยภาพทางนวัตกรรมกับผล

ประกอบการของธุรกิจส่งออก
อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์.

วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.(2562) การค้าชายแดน-
ผ่านแดน 11 เดือนปี62. สืบค้น 26 ธันวาคม 2562.
จาก :
<https://www.prachachat.net/economy/news-405229>

พสุ เดชะรินทร์. (2551). Balanced Scorecard รู้
ลึกในการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2553). การจัดการเชิงกล
ยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.

มานพ ชิวธนาสุนทร. (2554). แผนธุรกิจ SMEs.
กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
รักพงษ์ บุญฤทธิ์มนตรี. (2555). “การพัฒนา SMEs
ให้เกิดความยั่งยืน,” นักบริหาร.

21(1) : 32-36 ; มกราคม-มีนาคม.

รักษ์ วรกิจโกคาทร. (2547). การจัดการนวัตกรรม
ทางผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต.

ในการจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร
Innovation Management for
Executives (IMEs).กรุงเทพฯ: สำนัก
นวัตกรรมแห่งชาติ.

เริงชัย หมั่นชนะ. (2554). จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
โอเดียนสโตร์.

วารุณี กุศลรัตนวิจิตร , (2560) ปัจจัยด้าน
นวัตกรรมทางธุรกิจส่งต่อการดำเนินงานของธุรกิจ
ขนาดกลาง และขนาดย่อม (ประเภท
บริการ).

ศรียัตน์ โกมลมาลย์. (2548). การจัดการธุรกิจ
เบื้องต้น 2001-0002. กรุงเทพฯ:พิมพ์ลักษณ์.
สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560).
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ประเภทบริการ ในเขต
ภาคกลาง. สืบค้นจาก
<http://119.63.93.73/smephase3/ReportViewer.aspx?Filename=Report1>.

สิทธิศักดิ์ พงษ์พิบัติกุล. (2546). การบริหารกลยุทธ์
และผลสัมฤทธิ์ขององค์กรด้วยวิธี

Balanced scorecard.กรุงเทพฯ : สมาคม
ส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

อริญญา เถลิงศรี. (2561). Disruption: ทำลายล้าง
หรือสร้างโอกาส?. สืบค้น 4 ตุลาคม 2562. จาก
:<https://thaipublica.org/2018/06/seac-disruption/>

