

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์

การกำหนดหาแบบจำลองการสร้างนวัตกรรมสำหรับ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้วิศวกรรม
ความรู้

ผู้เขียน

นายวิรัช กู้ประเสริฐ

ปริญญา

วิทยาศาสตร์คุษฎีบัณฑิต (การจัดการความรู้)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.ณพศิษฎ์ จักรพิทักษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ดร.ธีรพจน์ จันทรสกุลแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รศ.ดร.ตรีเทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

บทบาทที่สำคัญยิ่งของภาคธุรกิจขนาดกลางและย่อม (SME) ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในแต่ละประเทศเป็นที่ประจักษ์กันทั่วโลก ในหลายประเทศ รัฐบาลของประเทศเหล่านั้นไม่เพียงแต่ให้การสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและย่อม ตั้งแต่การเริ่มจัดตั้งจนถึงการพัฒนาแนวทางธุรกิจให้ตั้งตัวได้เท่านั้น หากแต่ยังมีการจัดให้มีทรัพยากรเพื่อป้องกันปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่อาจเกิดขึ้นได้ แม้กระนั้น เนื่องจากโลกปัจจุบันเป็นโลกแห่งยุคโลกาภิวัตน์ ธุรกิจขนาดกลางและย่อม ถูกกดดันจากการแข่งขันที่ดุเดือดและรุนแรงทำให้การดำรงคงอยู่ได้ของธุรกิจหรืออาจเรียกว่าอัตราการอยู่รอด อยู่ในระดับที่ต่ำจนเป็นที่น่าวิตก กว่าร้อยละเก้าสิบของธุรกิจขนาดกลางและย่อมในประเทศไทย ดำเนินธุรกิจในสภาพตลาดที่เต็มไปด้วยคู่แข่งจำนวนมากรอบด้าน ดังนั้นธุรกิจจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอยู่ในจุดที่มีความแข็งแกร่งที่สุดที่จะเป็นไปได้ภายในอุตสาหกรรมของตน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้และมีการเจริญเติบโตต่อไป ด้วยการที่ธุรกิจนั้นมีความแตกต่างโดดเด่นจากทั่ว ๆ ไป ซึ่งตามตัวแบบห้าแรงผลักดัน (Five Forces Model) ของพอตเตอร์นั้น กลยุทธ์ของการสร้างความแตกต่างจะเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แนวคิดในเรื่องการสร้างความแตกต่างจึงสอดคล้องกับเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และการนำสิ่งที่สร้างสรรค์นี้ทำให้เกิดมูลค่าเชิงพาณิชย์ ซึ่งกระบวนการ

ทั้งหมดนี้ปัจจุบันเรียกว่านวัตกรรม ความน่าสนใจของงานวิจัยนี้อยู่ที่ประเด็นของแนวคิดของพอดเตอร์ ที่แสดงนัยว่าการสร้างความแตกต่างซึ่งถือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นสามารถทำได้ในทุกธุรกิจโดยไม่ต้องคำนึงถึงขนาดของธุรกิจนั้นๆ มุขบทนี้บ่งบอกถึงนวัตกรรมว่าเป็นทางออกของความอยู่รอดของธุรกิจขนาดกลางและย่อม อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแนวคิดในเรื่องของนวัตกรรมและการจัดการความรู้ของธุรกิจขนาดกลางและย่อมจะเป็นที่สนใจของนักวิชาการมาได้ระยะหนึ่งแล้ว แต่จนถึงปัจจุบันนี้ ยังไม่มีงานวิจัยชิ้นใดที่ทำการศึกษาโดยตรงในเรื่องการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจขนาดกลางและย่อม อีกทั้ง ถึงแม้จะเป็นความจริงที่ว่าธุรกิจขนาดกลางและย่อมจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อเสริมศักยภาพในความอยู่รอด หากแต่ความพยายามที่จะพัฒนาเพิ่มพูนศักยภาพของ ธุรกิจขนาดกลางและย่อมในเรื่องการสร้างนวัตกรรมก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในหลายประเทศ และมีอัตราความสำเร็จที่ต่ำกว่าในประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย

การศึกษาวิจัยนี้ นำเสนอในเรื่องการสร้างนวัตกรรมในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและย่อม ซึ่งประกอบการธุรกิจ ภายใต้ข้อจำกัดที่เข้มงวดและการแข่งขันที่รุนแรง ความแปลกใหม่ของงานวิจัยนี้อยู่ที่การใช้วิธีการ การจัดรูปแบบระเบียบแบบแผนกรอบการทำงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์รายละเอียดของงาน และกระบวนการวิศวกรรมการจัดการความรู้ (CommonKADs Knowledge Engineering methodology) มาพัฒนาตัวแบบการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจขนาดกลางและย่อม โดยแสดงในรูปแบบที่ความรู้ (Knowledge Map)

Thesis Title	Derivation Of Sme Innovation Generation Model Using Knowledge Engineering	
Author	Mr. Veerachai Khuprasert	
Degree	Doctor of Philosophy (Knowledge Management)	
Thesis Advisory Committee	Dr. Nopasit Chakpitak	Advisor
	Dr. Tirapot Chandarasupasang	Co-advisor
	Assoc. Prof. Dr. Tritos Laosirihongthong	Co-advisor

ABSTRACT

The critical roles of Small and Medium Enterprises (SMEs) in economic development have been recognized throughout the world. In many countries, governments do not only provide full support for SMEs, starting from early-stage of business concept development to firm birth and establishment, but also allocate resources for them to alleviate both internal and external problems. However, under globalization, SMEs have constantly been pressured by fierce competition, making their survival rate alarmingly low. In Thailand, approximately 90 percent of Thai SME entrepreneurs still operate their businesses in markets saturated with many competitors.

It is thus vital for a firm to achieve its most advantageous position that it possibly can in its industry in order to survive and flourish. This is why differentiation is required. Based on Porter's Five Forces model, differentiation strategy is unique in gaining competitive advantage. The terms differentiation and cost thus imply the notion of creativity and commercialization, which is known nowadays as innovation.

Of most interesting for this research work, the innovation notion, as implied by Porter as a key to the competitive advantage, is not restricted by firm size. This postulation implies that the innovation is a viable means for SMEs as well. Although the idea of innovation and knowledge management on SMEs has drawn attentions to academia for some time, there is to date no single work that explains the practice of generating innovation, particularly in SMEs. Despite the fact that SMEs have to rely on innovation to gain more potential to survive, to be sustainable and competitive, the efforts on capacity-building on SMEs focusing on innovation has not yet been successful in most countries, with lesser success rate in developing countries like Thailand.

This study aims to propose how to create innovation in SMEs' context, under rigid constraints and heavy competition. The novelty of this research is the use of CommonKADs Knowledge Engineering methodology to develop SME Innovation Generation Model, represented by a knowledge map.