

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดทางทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยนี้ ผู้ศึกษาได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีดังนี้

##### 2.1.1 เศรษฐกิจระหว่างประเทศในด้านการรวมตัวทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจระหว่างประเทศหมายถึงการดำเนินการติดต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วย การค้า การลงทุนการเงิน

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจคือการรวมตัวตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไปเพื่อประสานผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระหว่างกลุ่มเดียวกันการรวมตัวทางเศรษฐกิจซึ่งมีอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

1. **เขตการค้าเสรี (Free Trade Area)** คือการที่ประเทศในกลุ่มยกเว้นการเก็บภาษีศุลกากรระหว่างกันทำให้การค้าระหว่างสมาชิกได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร เขตการค้าเสรีนั้นในทางปฏิบัติเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากในระดับหนึ่งและหากต้องการให้ได้ผลจริงจัง ก็จะต้องพัฒนาไปสู่การเป็นสหภาพศุลกากร โดยเร็วเพื่อหลีกเลี่ยงการหลบภาษีเนื่องจากประเทศนอกกลุ่มจะพยายามส่งสินค้าเข้าทางประเทศในเขตการค้าฯ ที่มีภาษีต่ำไปสู่ประเทศในเขตการค้าที่มีภาษีสูงเช่น สมมติว่า ไทยมีเขตการค้าเสรีกับมาเลเซียแต่ไทยเก็บภาษีศุลกากรการนำเข้าสิ่งทอเพียง 10% ในขณะที่มาเลเซียเก็บภาษีสินค้าเดียวกันในอัตรา 30% พ่อค้าจีนก็จะพยายามนำเข้าสิ่งทอทางประเทศไทย เพื่อเสียภาษีเพียง 10% แล้วนำไปแปรรูป เล็กน้อย เช่น บรรจุหีบห่อใหม่เพื่อแปลงสภาพให้เป็นสินค้าไทยแล้วนำไปขายในมาเลเซีย อันจะทำให้เขาเสียภาษีไปได้ 20% กล่าวคือ เขตการค้าเสรีจะต้องใช้ทรัพยากรของภาครัฐเป็นจำนวนมากเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้า (rule of origin) และการแปรรูปสินค้า (substantial transformation) ที่รัดกุมซึ่งแนวทางที่จะขจัดปัญหาในทางปฏิบัติดังกล่าวที่ดีที่สุด คือการแปลงภาษีศุลกากรของประเทศในเขตการค้าเสรีให้เท่ากันทั้งหมดหรือแปลงให้เป็นสหภาพศุลกากร

2. **สหภาพศุลกากร (Customs Union)** คือประเทศสมาชิกมีข้อตกลงยกเว้นภาษีศุลกากรและข้อจำกัดทางการค้าระหว่างกันและต้องกำหนดอัตราภาษีศุลกากรระดับเดียวกันสำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศนอกกลุ่มซึ่งเป็นวิวัฒนาการสำคัญของการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ

**3. ตลาดร่วม (Common Market)** เป็นการขยายการรวมตัวทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมถึงปัจจัยการผลิตและการบริการทำให้ปัจจัยดังกล่าวสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างกันได้โดยเสรี เช่นการเคลื่อนย้ายของผู้ใช้แรงงานและเงินทุน โดยอิสรภาพในตลาดร่วมไม่เพียงแต่การซื้อ-ขายสินค้า โดยปลอดภาษีระหว่างกัน

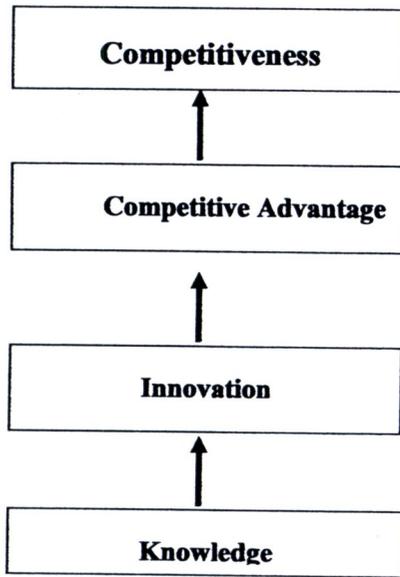
**4. สหภาพเศรษฐกิจ (Economic Union)** เป็นการรวมตัวทางเศรษฐกิจที่แน่นแฟ้นที่สุด กล่าวคือ นอกจากการรวมตัวตามข้อ 3 ยังรวมถึงการใช้นโยบายการเงินและนโยบายการคลังที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอีกด้วยตัวอย่างของสหภาพเศรษฐกิจคือ สหภาพยุโรป และมลรัฐของประเทศสหรัฐอเมริกาเพราะอาศัยเงินสกุลเดียวกัน (ซึ่งหมายถึงนโยบายการเงินเดียวกัน) ตลอดจนการเก็บภาษีโดยรัฐบาลกลาง (สหรัฐ) หรือการดำเนินนโยบายการคลังที่มีความสอดคล้องกัน (สหภาพยุโรป) และการใช้กฎหมายทางเศรษฐกิจการเงินร่วมกันจะแตกต่างกันบ้างก็จะมีภาษีท้องถิ่นที่แตกต่างกันเล็กน้อยตลอดจนกฎเกณฑ์มาตรฐานการทำธุรกิจที่แตกต่างกันในรายละเอียดที่ค่อนข้างจะปลีกย่อย

**5. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจแบบสมบูรณ์** หมายถึง การรวมตัวด้านการปกครองเศรษฐกิจและการเมืองเหมือนกัน

### 2.1.2 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูงและต้องอาศัยปัจจัยหลายด้าน อันจะทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีกับทรัพยากรทางการจัดการ อันประกอบด้วย บุคลากร (Man) เครื่องจักร (Machine) วัตถุดิบ (Material) เงิน (Money) การจัดการ (Management) และตลาด (Market) หรือ 6 M's นั้นเอง โดยมีบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่จะทำให้องค์กรเจริญเติบโตไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

ข้อได้เปรียบหรือจุดแข็ง (Strength) เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรพยายามสร้างขึ้นมาแต่ก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่ง่าย ที่กิจการสามารถสร้างขึ้นมาได้ ดังภาพที่ 2.1 ซึ่งแสดงลำดับขั้นของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ



ที่มา: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กรุงเทพฯ

### รูปที่ 2.1 ลำดับขั้นของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

จากแผนภาพ ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ให้ได้ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ ระบบโทรคมนาคม หรือแม้กระทั่ง ระบบอินเทอร์เน็ต สามารถช่วยทำให้กิจการ สร้างองค์ความรู้ได้หลากหลายรูปแบบ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมี เพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป

นวัตกรรม เป็น การเรียนรู้ การผลิต และการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ เพื่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการใหม่ การปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์และเกิดผลพวงทางเศรษฐกิจและสังคม

ตามทฤษฎี Michael E. Porter ได้กล่าวถึงการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ต้นทุน (Cost Strategy) – กิจการต่าง ๆ พยายามลดต้นทุนจนทำให้สร้างความได้เปรียบกว่าคู่แข่งเช่น Wal-Mart ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพในการนำนวัตกรรมด้านการจัดการเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) เพื่อลดต้นทุน ด้วยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการติดต่อระหว่าง Supplier และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) จนทำให้ สามารถตั้งราคาได้ต่ำของสินค้าแต่ละชิ้น (Stock Keeping Unit: SKU) กว่าคู่แข่งได้

กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) จนทำให้ สามารถตั้งราคาได้ต่ำของสินค้าแต่ละชิ้น (Stock Keeping Unit: SKU) กว่าคู่แข่งกันได้

2. กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiate Strategy) – ในอดีตสินค้ามักจะมีการผลิตที่เป็นจำนวนมาก (Mass Production) ตามความต้องการของผู้ขาย แต่ปัจจุบันจะทำเช่นนั้น ไม่ได้อีกแล้ว เพราะกลุ่มลูกค้ามีความต้องการหลากหลาย ทำให้ต้องมีการสร้างความแตกต่างมากกว่ารายอื่น เช่น PDA ของ บริษัท Palm Inc. มีการพัฒนาเทคโนโลยีและสามารถสร้างความแตกต่างได้มากกว่าคอมพิวเตอร์รูปแบบเดิมที่มีขนาดใหญ่กว่าและไม่สะดวกในการพกพาได้

3. กลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus Strategy)– ปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือ มีประสิทธิภาพทั้งสามารถส่งข้อมูลเสียงจนมาถึงส่ง (Short Message Service: SMS) และ Multi Message Service: MMS) ได้ มีธุรกิจหนึ่งที่กำลังน่าสนใจมากคือ Digital Content เป็นธุรกิจที่จะหาเนื้อหาหรือข้อมูลใหม่ ๆ เช่น ข้อมูลตลาดหุ้น รายงานผลการแข่งขันกีฬา เป็นต้น เพื่อบริการกลุ่มลูกค้ากลุ่มหนึ่งที่มีพฤติกรรมชอบใช้เทคโนโลยี ใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ถึงแม้คนกลุ่มนี้จะยังมีไม่มากก็ตาม

กลยุทธ์การสร้างได้เปรียบในการแข่งขันเป็นพื้นฐานที่แต่ละกิจการพยายามสร้าง และเมื่อแต่ละประเทศมีหลายองค์กรที่สามารถสร้างความได้เปรียบก็จะทำให้ประเทศนั้น ๆ มีขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ที่เหนือกว่าอีกประเทศอื่น ๆ

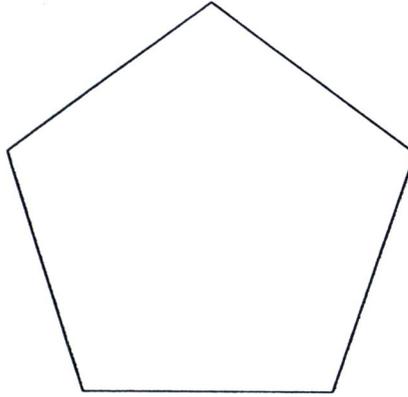
### **กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในมิติด้านนวัตกรรม**

กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในมิติด้านนวัตกรรม สามารถสร้างได้ ดังแผนภาพที่ 2.2



## Research and Development (R&D)

Commercialization



New Product

Development

(NPD)

Technology

Production and

Transfer and Collaboration

Operation Management

ที่มา: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กรุงเทพฯ

รูปที่ 2.2 กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบในการการแข่งขัน ในมิติด้านนวัตกรรม

### 1. มีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) ที่ดี

การวิจัยและพัฒนาเป็นสิ่งที่สำคัญ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม แต่ละประเทศจะมีระบบและนโยบายด้านวิจัยและพัฒนาที่แตกต่างกันไป บางประเทศก็ประสบความสำเร็จ เช่น ประเทศฟินแลนด์ ที่บริษัทเอกชนมีการทำวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัย มาพัฒนาและต่อยอดจนกระทั่งภาคเอกชน นำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ เช่น โทรศัพท์มือถือ NOKIA หรือระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ LINUX เป็นต้น ตารางที่ 2.2 แสดงการใช้จ่าย R&D มากที่สุดของบริษัท 5 อันดับแรก และบริษัท NOKIA เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินกับบริษัทชั้นนำอื่นๆ

### 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development: NPD) ที่มีโอกาสความเป็นไปได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นสิ่งที่องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เพราะสินค้าใหม่ 100 ชนิดอาจจะมีที่อยู่รอดในช่วง 2-3 ปีแรกมีประมาณ 10% เท่านั้น และสินค้าดังกล่าวจะประสบความสำเร็จหลังจากนั้นมีอีกเพียง 3-4% เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเราจึงเห็นสินค้าต่าง ๆ จึงมีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) มีลักษณะแตกต่างกันไป

กระบวนการพัฒนาสินค้าใหม่ประกอบด้วย

- 2.1 การระดมความคิด การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด
- 2.2 การพัฒนากลยุทธ์ตลาด
- 2.3 การวิเคราะห์ธุรกิจ
- 2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.5 การทดสอบและแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด



2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.5 การทดสอบและแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

### 3. มีเทคนิคการผลิต (Production) ที่ทันสมัย

การผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอันมาก นอกเหนือจากการทำให้สินค้าที่ถึงมือผู้บริโภคแล้ว จำเป็นจะต้องมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ตัวอย่างเทคนิคที่สำคัญของการผลิต

3.1 การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management: TQM)– เป็นวิธีการที่มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับล่าง วิธีการหนึ่งที่น่านิยมใช้ในการจัดการก็คือ วงจรดิมมิง (Deming Cycle) ที่มีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้ระบบวงจร P-D-C-A

3.2 การเปรียบเทียบ (Benchmarking) – เป็นวิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ การเปรียบเทียบอาจจะมีการเปรียบเทียบภายในองค์กร คู่แข่งขัน หรืออาจจะองค์กรอื่นที่ไม่ใช่คู่แข่งกัน โดยตรงก็ได้

3.3 การควบคุมโดยใช้ Six Sigma – เป็นวิธีการจัดการที่นำมาประยุกต์จากสถิติที่จะยอมให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นน้อยที่สุดในกระบวนการผลิต ซึ่งการทำให้มีมาตรฐานระดับนี้ได้เป็นเรื่องที่ยากมาก แต่ถ้าสามารถทำได้จะก่อให้เกิดคุณภาพต่อธุรกิจเป็นอันมาก Six Sigma มีการใช้ในองค์กรประเทศไทย เช่น บริษัท American Standard บริษัท การบินไทย เป็นต้น

### 4. หาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี (Technology Transfer and Collaboration) ที่มีประสพการณ์

การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นวัตกรรมนั้น มีการพัฒนาและต่อยอดจากเดิม เช่น กลุ่มบริษัท True Corp. ได้เลือกบริษัทที่มีเทคโนโลยีมือถือจาก บริษัท Orange ประเทศอังกฤษ เข้ามาใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี เป็นต้น

รูปแบบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

4.1 การเจรจาซื้อเทคโนโลยีแบบเบ็ดเสร็จ (Turn Key) - ผู้ขายอาจถ่ายทอดความรู้ทั้งหมด รวมทั้งอุปกรณ์และความรู้ในกระบวนการผลิตให้แก่ผู้ซื้อ เช่น บริษัท ทศท. Corp. ได้เน้นการ Turn Key จากบริษัทต่าง ๆ ที่มีประสพการณ์สูง เช่น NYNEX จาก ประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ Siemens จากประเทศเยอรมัน เป็นต้น เพื่อเข้ามาติดตั้งระบบเครือข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทย มาเป็นระยะเวลาานาน

4.2 การนำผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมาดัดแปลง - การพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิม อาจจะถูกเป็นขึ้น ๆ เพื่อศึกษาระบบการทำงานและพัฒนาขึ้นใหม่เพื่อให้ดีกว่าเดิม เช่น ประเทศ ญี่ปุ่น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ได้มีการนำสินค้าต่าง ๆ มาถอดชิ้นส่วนและศึกษาจนทำให้ ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จนถึงปัจจุบัน และประเทศจีนก็ได้นำกล ยุทธ์นี้ มาใช้กับประเทศของตนเช่นกัน

4.3 การส่งคนไปศึกษาและดูงานในต่างประเทศ - เกิดจากปัญหาการถ่ายทอด เทคโนโลยียังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ และขาดแคลนกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจำเป็นต้องผลิตคนด้วยการส่งไปดูงานในประเทศที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไป เช่น ประเทศ อิสราเอลมีความเชี่ยวชาญด้านชลประทาน ประเทศสหรัฐอเมริกามีความเชี่ยวชาญด้านไอที เป็นต้น

4.4 การเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชนและจัดพิมพ์เป็นเอกสารวิชาการ - ยังไม่ค่อย ได้ผลมากนัก เนื่องจากคนไทยยังมีทักษะภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารและการแปลยังมีความ เชี่ยวชาญน้อย

### 5. มีกระบวนการพาณิชย์กรรม (Commercialization) ที่ดี

การทำให้สินค้านวัตกรรมไปสู่ตลาดนั้นเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำให้องค์กรอยู่ รอด ซึ่งขั้นตอนในการพัฒนากระบวนการพาณิชย์กรรม ดังนี้

1. การพัฒนาตลาด (Marketing Technology product) ก่อนที่จะมีการพัฒนาในขั้นนี้

1.1 องค์กรควรตอบคำถามก่อนดังนี้

- เราควรทำอะไร? R&D ด้านใดที่ควรทำ?
- สินค้าใหม่ตัวใดที่ควรพัฒนา?
- ควรใช้เทคโนโลยีใดในการผลิต?

1.2 ควรมีการติดต่อสื่อสาร (Communication) ภายในและภายนอกอย่างมี ประสิทธิภาพ

1.3 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า เช่น นำ Customer Relation Management (CRM) มาใช้ เป็นต้น

2. การวางแผนด้านทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Right) ซึ่งมีประเด็น สำคัญ คือ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า ปัจจุบันทรัพย์สินทาง ปัญญา มีความสำคัญต่อสินค้านวัตกรรมเป็นอย่างยิ่ง โดยมีการแข่งขันผลประโยชน์ในสินค้านั้น ๆ เช่น กวาวเครือที่มีงานวิจัยและพัฒนาจนเป็นสินค้าประเภทเครื่องสำอางออกมาและไปจดสิทธิบัตร ในประเทศญี่ปุ่น ได้มีถกเถียงกันว่ามีความถูกต้องหรือไม่ เพราะนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า กวาวเครือ เป็นพืชสมุนไพรของประเทศไทย ผลประโยชน์ที่ได้น่าจะเป็นของประเทศไทย แต่กรม

ทรัพย์สินทางปัญญาแจ้งว่างานวิจัยนั้นสามารถนำไปจดสิทธิบัตรในต่างประเทศได้ เพราะสมุนไพรดังกล่าวไม่สามารถ ระบุแหล่งปลูกและที่มาได้ เนื่องจากหาได้จากในประเทศอื่น ๆ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา ได้เช่นกัน นี่เป็นเพียงตัวอย่างเดียว ยังมีกรณีศึกษาสินค้าของประเทศไทยอีกมากที่ยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ด้านทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ข้าวหอมมะลิ เป็นต้น

ดังนั้นการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา จึงมีความสำคัญและผลประโยชน์กับผู้คิดค้นและวิจัยนวัตกรรมนั้น ๆ มิฉะนั้นอาจทำให้ผู้คิดค้นหมดกำลังใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ ดังเช่นซอฟต์แวร์โปรแกรมภาษาไทย “Word Chula” หรือ “Word ราชวิถี” ที่มีการลอกเลียนแบบจนผู้สร้างชิ้นงานนั้น ไม่มีการพัฒนาต่ออีกเลย เป็นต้น

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงมาก ประกอบปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุม มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การเปิดเสรีทางการค้า (FTA) ดอกเบี้ยและน้ำมันมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น การหลั่งไหลของสินค้าจากประเทศจีน เป็นต้น ดังนั้น ผู้บริหารจำเป็นจะต้องมีกลยุทธ์ที่ดี ที่จะสามารถ แข่งขันทั้งในและต่างประเทศได้

ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างรายได้เปรียบก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่ต้องมีการเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation) ในองค์กรซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญประกอบด้วย 1. มีการวิจัยและพัฒนาที่ดี 2. มีการพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีโอกาสในความเป็นไปได้ 3. มีการผลิตที่ทันสมัย 4. มีการถ่ายทอดและร่วมมือกับผู้ที่มีประสบการณ์ และ 5. มีการจัดการพาณิชยกรรมที่ดี

ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นจะต้องมีกลยุทธ์ที่ดีในการสร้างนวัตกรรมให้เกิดในองค์กรและเป็นที่ยอมรับของบุคลากร อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและยิ่งกว่านั้นก็จะส่งผลทำให้ประเทศชาติมีขีดความสามารถทางการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ต่อไป

## 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**กาญจนา โชคदार (2542)** ได้ศึกษาปัญหาการค้าชายแดน ไทย-ลาว ในเขตภาคเหนือตอนบน ณ จุดผ่านแดนถาวรเพื่อการค้าที่อำเภอเชียงของและเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพการค้าชายแดน ไทย-ลาว ในเขตภาคเหนือตอนบน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ การค้า ระบบภาษี การขนส่ง การเดินทางเข้า-ออกประเทศและระบบการชำระเงิน และเพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ไทย-ลาว การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์และออกแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ไทย-ลาว รวมทั้งใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เช่น พาณิชยจังหวัด ด้านศุลกากร ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา โดยมีขอบเขตการวิจัยครอบคลุมจุดผ่านแดนที่อำเภอเชียงของและอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบนที่มีการค้าชายแดนกับลาว ได้แก่ จังหวัดเชียงราย พะเยา และน่าน จังหวัดที่มีการค้ากับลาวผ่านพิธีการศุลกากรสูงสุดคือจังหวัดเชียงรายคิดเป็นร้อยละ 89.5 ของมูลค่าการค้าชายแดนกับลาวเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2541 ส่วนจุดการค้าสูงสุดคือด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นรายย่อยมากกว่ารายใหญ่ เช่นเดียวกับผู้ค้าในฝ่ายลาวที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ารายย่อยเช่นกัน การค้าระหว่างกันใช้เส้นทางบกและทางน้ำ แต่ยังมีปัญหาขาดแคลนถนนที่มีคุณภาพ และปัญหาน้ำในแม่น้ำโขงที่ลดลงมากในช่วงฤดูแล้ง การค้าปี พ.ศ. 2533-2541 มีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 258.4 ล้านบาท จำแนกเป็นมูลค่าการส่งออกและนำเข้าเฉลี่ยปีละ 171.7 และ 86.9 ล้านบาท ตามลำดับ สินค้าส่งออกสำคัญได้แก่ ยานพาหนะ อาหาร น้ำมันเชื้อเพลิง สิ่งก่อสร้างและสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญได้แก่ ไม้แปรรูป ของป่าและสินค้าเกษตรบางชนิด ช่วงที่มีการค้าที่สูงคือช่วงปลายปีปฏิทิน

ปัญหาในการค้า ได้แก่ การขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำไม่สะดวกโดยเฉพาะในประเทศลาว สาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ไม่เพียงพอ ระบอบการชำระเงินผ่านธนาคารไม่คล่องตัว เนื่องจากสถาบันการเงินลาวมีน้อยและมีข้อจำกัดในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทำให้ผู้ค้านิยมใช้การชำระเงินนอกระบบ สกุลเงินที่ใช้ในการชำระค่าสินค้านำเข้าทั้งเงินบาทและดอลลาร์สหรัฐ กฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการค้าไม่มีแน่นอน การบริหารจัดการด้านการค้าต่างๆ ไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด่านผ่อนปรนต่างๆ ปัญหาคู่แข่งทางการค้า เช่น จีนและเวียดนาม เพิ่มมากขึ้น ปัญหาข้อพิพาททางการค้า แม้มิไม่มากนักแต่เป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังมากเป็นพิเศษ ปัญหาประชากรลาวมีอำนาจซื้อต่ำ ประกอบกับมีเงินเพื่อสูงและค่าเงินกีบอ่อนตัวลงมาก ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการขยายปริมาณการค้า ตลอดจนผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจในประเทศแถบเอเชีย ส่งผลให้ปริมาณการค้าระหว่างประเทศไทย-ลาวในเขตภาคเหนือตอนบนขยายตัวไม่รวดเร็วเท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะคือ ปรับปรุงระบบการคมนาคม แก้ไขระเบียบและวิธีการชำระเงินให้มีความคล่องตัว ดูแลป้องกันการค่านอกระบบ ดูแลป้องกันการค่านอกระบบ ดูแลจุดการค้าชายแดนให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง ร่วมมือแก้ไขปัญหาคู่แข่งทั้งสองฝ่าย โดยกลุ่มอาเซียนหรือกลุ่มอนุภูมิภาคพร้อมเร่งแก้ไขปัญหาระบบศุลกากรการค้าของทั้งสองประเทศ และเร่งขยายการค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีนและเวียดนาม ซึ่งจะช่วยให้ปริมาณการค้าชายแดน ไทย-ลาว ขยายตัวได้อีกมาก

**นิสิต พันธมิตร (2542)** ทำการศึกษาปัญหาการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบน เป็นประเด็นที่น่าสนใจว่าภายหลังการเปิดเสรีทางการค้าของประเทศต่างๆตามกติกาขององค์การการค้าโลก รวมถึงหลังจากที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา จะส่งผลให้มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดบ้าง อะไรเป็นสาเหตุ และมูลค่าการค้านอกระบบที่เพิ่มขึ้นเป็นเพราะสาเหตุใด เพื่อใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในเรื่องปัญหาการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบนและเปรียบเทียบกับมูลค่าการค้าในระบบและนอกระบบของด่านการค้าต่างๆในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน การศึกษามีขอบเขตครอบคลุม 4 จังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน และแม่ฮ่องสอน สำหรับปัญหาการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะการค้ากับประเทศจีนตอนใต้ที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ยังมีปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ท่าเรือ ถนน เรือที่ใช้ในการขนถ่ายสินค้าระหว่างกัน และปัญหาอื่น เช่น การปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนซึ่งมีผลกระทบต่อการค้า รวมถึงการใช้ช่องว่างทางกฎหมายของเจ้าหน้าที่เพื่อประโยชน์ส่วนตน

ผลการศึกษา คือ การค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับจีนตอนใต้ เป็นการค้ากับมณฑลยูนนาน โดยใช้เส้นทางคมนาคมขนส่งทางแม่น้ำโขงระหว่างอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายกับเมืองเชียงรุ่ง ในสิบสองปันนา โดยใช้เงินหยวนและเงินบาทในการชำระสินค้าระหว่างกัน

ปัญหาการค้าที่เกิดขึ้นในจุดการค้าแต่ละแห่งแตกต่างกันไป โดยจุดการค้าชายแดนที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายมีปัญหาด้านคมนาคมระหว่างชายแดนไทยกับพม่า ปัญหาความมั่นคงตามแนวชายแดนและความมั่นคงทางการเมืองภายในพม่า ปัญหาค่าเงินจัต ปัญหาสถาบันการเงินของพม่าที่ยังไม่สามารถรองรับกับการค้าสากล รวมถึงการขาดแคลนบุคลากรทางธุรกิจและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ประชาชนมีอำนาจซื้อต่ำ สำหรับจุดการค้าที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายมีปัญหาขาดท่าเรือที่จะรองรับกับการขนถ่ายสินค้า เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองมีความเข้มงวดและใช้ระเบียบมาแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตัวเอง เรือขนถ่ายสินค้าระหว่างไทยกับจีนตอนใต้ยังมีปัญหาในกรณีเรือจีนไม่สามารถขนถ่ายสินค้าได้ตลอดปี เนื่องจากปัญหาน้ำในลำน้ำโขงที่ลดลงในช่วงฤดูแล้ง ในกรณีเรือไทยไม่สามารถขนถ่ายสินค้าไปประเทศจีนในน่านน้ำสากลได้ เนื่องจากยังไม่มีการทำข้อตกลงระหว่างพหุภาคีกับพม่า และยังคงขาดบุคลากรในการเดินเรือขนส่งรวมทั้งพิธีการนำเข้า-ส่งออกมีขั้นตอนยุ่งยาก

**พินธิอเคช วงศ์วัฒน์ (2549)** ศึกษาเรื่องผลกระทบด้านการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศลาวและไทยที่คาดว่าจะได้รับจากสะพานข้ามแม่น้ำโขงลาว-ไทย แห่งที่ 2 ในจังหวัดสะหวันเขต สปป.ลาว

ผลการศึกษาพบว่า 1) ภายหลังจากสะพานเปิดใช้คาดว่าจะปริมาณสินค้าชายแดนจะเพิ่มขึ้น และประเทศ สปป.ลาว จะขาดดุลการค้าให้แก่ประเทศไทย แต่คาดว่าในอนาคตเมื่อ 2 เขตเศรษฐกิจพิเศษ สะหวันเขต-เซโน และบ้านแดนสะหวันสร้างเสร็จจะทำให้ สปป.ลาวขาดดุลการค้าจากประเทศไทย น้อยลงเนื่องจากจะมีนักลงทุนเข้าไปทำธุรกิจและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสะหวันเขตในอนาคต 2) การปฏิบัตินโยบายของเจ้าหน้าที่รัฐยังพบกับปัญหา ได้แก่ ระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาด และราคาทั้งภายในและต่างประเทศ รวมทั้งความสามารถในการวิเคราะห์ วิจัยไม่ชัดเจน การเก็บข้อมูลสถิติไม่ได้รับการปรับปรุงด้านคุณภาพให้สูงขึ้น ขาดการตรวจตราประเมินผลและการวางแผนบนพื้นฐานข้อมูลสถิติตัวจริง ขาดแคลนพนักงานรัฐที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน งบประมาณสำหรับการปรับปรุงแผนการค้ามีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการของงานในปัจจุบัน 3) ภายหลังจากเปิดใช้สะพานการส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐได้มีนโยบายต่างๆเพื่อรองรับทางด้านการค้า การลงทุน สำหรับนักธุรกิจในจังหวัดสะหวันเขต มีแผนที่จะขยายธุรกิจด้านประเภทต่างๆเพื่อรองรับกับสภาพการแข่งขันทางด้านธุรกิจและการร่วมมือกับนักธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศ 4) ผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศนั้นก่อนการสร้างสะพานไม่มีการจัดตั้งกลุ่มนักธุรกิจ การดำเนินธุรกิจเป็นเอกเทศไม่มีการร่วมมือกันสำหรับธุรกิจประเภทเดียว สภาพการแข่งขันในตลาดจังหวัดสะหวันเขต พบว่าจะเป็นการผูกขาดทางด้านตลาด เพราะมีการแข่งขันน้อย นักธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาพบอุปสรรคด้านทุนที่เป็นข้อจำกัดและการดำเนินงานด้านเอกสาร เพราะเจ้าหน้าที่รัฐยังปฏิบัตินโยบายของรัฐได้อย่างไม่เต็มที่ในการส่งเสริมการค้าดำเนินธุรกิจเท่าที่ควร

**ตีปพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ (2546)** ศึกษาเรื่องพัฒนาการทางพื้นที่ของการค้าและบริการของเมืองชายแดนแม่สาย จังหวัดเชียงราย ได้ศึกษาใน 2 ระดับคือ ระดับพื้นที่เมืองแม่สาย โดยศึกษาถึงกิจกรรมการค้าและบริการที่ให้บริการแก่ผู้อยู่อาศัยในเมืองและผู้ที่มาท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงการกระจายตัว การขยายตัวของพื้นที่การค้าและบริการกับระดับของการเข้าถึงเส้นทางการคมนาคม ซึ่งมีผลกับค่าตอบแทนของพื้นที่และความสะดวกของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการในการเดินทางเข้าไปซื้อสินค้า ศึกษาความเชื่อมโยงของพื้นที่การค้าและบริการที่ก่อให้เกิดการใช้พื้นที่ในกิจกรรมที่ต่อเนื่องมาจากการค้าและบริการ โดยการค้าและบริการเป็นการเอื้อประโยชน์หรือเป็นแหล่งจูงใจในการใช้พื้นที่อื่นตามมา อีกระดับหนึ่งเป็นการศึกษาในระดับภูมิภาคโดยใช้พื้นที่ในเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ วิเคราะห์ถึงโอกาสการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ ระดับความสำคัญในเขตอำเภอเมือง

แม่สายในเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ความเชื่อมโยงทางด้านการพัฒนาระบบโครงข่ายการคมนาคม การร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ชายแดนเพื่อรองรับกาขยายตัว และโอกาสในการแข่งขันกับเพื่อนบ้าน

ผลการศึกษาพบว่า ย่านการค้าภายในเมืองไม่ได้มีศูนย์กลางเดียวแต่ประกอบด้วย ศูนย์การค้าสำหรับประชากรในเมืองและศูนย์การค้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีขนาดแตกต่างกันมี ลักษณะเป็นแนวยาวตามเส้นทางคมนาคม

**ทิมศิริ พิษวงศ์ (2553)** ศึกษาเรื่อง โครงสร้างและรูปแบบการค้าชายแดนระหว่าง ประเทศไทยและลาวในจังหวัดน่าน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบ่งเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนและตัวแทนทางการค้าในจังหวัดน่าน และผู้บริหาร หัวหน้าหน่วยงาน เจ้าหน้าที่ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน สามารถสรุปผลของการศึกษาโดยพิจารณาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนในจังหวัดน่านและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน ในเขตการค้าชายแดน ไทย-ลาวในจังหวัดน่าน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตในจังหวัดน่านจะมีการดำเนินกิจการที่เป็นระบบและมีแบบแผนทางธุรกิจมากขึ้น มีการรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มOTOP ตลอดจนมีการสร้างเครือข่าย การสร้างความร่วมมือ การรวมกลุ่มในลักษณะที่เป็น Cluster ของผู้ประกอบการในจังหวัดน่านและต่างจังหวัด บางส่วนเป็นกลุ่มทุนขนาดใหญ่ โดยผู้ที่เข้ามามีส่วน ร่วมในการค้าชายแดนในกลุ่มนี้มักเป็นนายทุนจากต่างจังหวัดซึ่ง ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ของการค้าชายแดนจะตกอยู่กับกลุ่มธุรกิจที่เป็นระบบหรือบริษัทขนาดใหญ่ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อม(SME)ยังคงมีลักษณะการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่มีความหลากหลายและมีมูลค่าไม่สูงมากนัก