

ทุนมนุษย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ
ในยุคการค้าเสรีอาเซียน
Human Capital-Accelerated Factors for
International Entrepreneurship in the ASEAN Free Trade Era

ดร.ชนัญญา กังวานศุภพันธ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ อธิบายบทบาทของทุนมนุษย์ที่มีต่อการเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน รวมทั้งนำเสนอแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศทั้งในมุมมองด้านผู้ประกอบการและมุมมองภาครัฐเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ของผู้ประกอบการ

รูปแบบการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศแบบดั้งเดิมของบริษัทต่าง ๆ มักเป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ในขณะที่บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีรูปแบบที่แตกต่างออกไป โดยมีลักษณะสำคัญคือการเร่งความเร็วในการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศหรือเข้าไปดำเนินกิจกรรมธุรกิจระหว่างประเทศหลังการจัดตั้งบริษัททันที หรือภายในระยะเวลาไม่เกินหกปี ช่วงเวลาดังกล่าวถือว่าเป็นช่วงเริ่มต้นของวงจรชีวิตธุรกิจในยุคการค้าเสรีอาเซียนที่การแข่งขันทางธุรกิจมีมากขึ้นการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีบทบาทในการสร้างการเติบโตทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุที่ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ดังนั้น การส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงควรเริ่มที่การพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการโดยตัวผู้ประกอบการเองและภาครัฐต้องตระหนักถึงความสำคัญและเร่งดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในยุคการค้าเสรี

คำสำคัญ : ทุนมนุษย์การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

ABSTRACT

This article aims to explain the concept of international entrepreneurship, the role played by human capital on accelerating international entrepreneurship in the ASEAN Free Trade Era. Aside from that, it proposes the guideline for the development of international entrepreneur's human capital from both entrepreneur and government perspectives that could further contribute to accelerated internationalization.

Many firms normally follow a traditional internationalization pattern by gradually involving themselves in international markets. In contrast, international entrepreneurship firms have a different pattern by accelerating the speed in internationalization. They involve in international business activities from inception or within six years after founding, which is considered to be the early stage of the business life cycle. The ASEAN Free Trade Era increases the high business competition. International entrepreneurship plays a significant role in stimulating the economic growth for both entrepreneurs and a country in such era. Entrepreneurs' human capital is one of the most important factors that influence firms to accelerate their internationalizations. Hence, to encourage international entrepreneurship, entrepreneurs and government have to realize the importance of entrepreneurs' human capital, and the urgent priority to continually develop it in order to be competitive in the free trade era.

Keywords: Human Capital, International Entrepreneurship, International Entrepreneur

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกส่งผลให้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง การผลิต การจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า และการตลาด เป็นต้น ผลที่ตามมาคืออุปสรรคที่ลดลงในการทำการค้าระหว่างประเทศ ระยะทางที่ห่างไกลกันและเวลาที่ลดลง ลดน้อยลงไปประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและการเปิดการค้าเสรี นโยบายทางด้านการค้าระหว่างประเทศเปิดกว้างขึ้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขยายตัวทางธุรกิจ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อทำข้อตกลงและความร่วมมือกันทางการค้าในหลากหลายรูปแบบ

ประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนเองก็เช่นกัน มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อสร้างความร่วมมือทางด้านการค้าภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) การค้าเสรีอาเซียนนี้ ทำให้โอกาสที่เปิดกว้างมากขึ้นสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ที่จะเข้าไปยังตลาดระหว่างประเทศ แต่ในขณะเดียวกัน ความเสี่ยงทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการแข่งขันก็มีความมากขึ้นตามไปด้วย ประเทศต่าง ๆ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมและปรับตัวรับกับสภาพการแข่งขันที่อาจต้องเผชิญจากการเปิดเสรีทางการค้า นโยบายและเครื่องมือในรูปแบบต่าง ๆ ถูกนำมาใช้เพื่อเตรียมความพร้อมและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กัน กลไกหนึ่งที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีความเห็นสอดคล้องกันว่ามีความจำเป็นและมีผลต่อการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

การเป็นผู้ประกอบการจึงกลายเป็นนโยบายทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยการค้าเสรีที่รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญและสนับสนุนโดยมุ่งหวังให้เกิดผลในด้านบวกต่อเศรษฐกิจ เช่น การสร้างสังคมนวัตกรรม การสร้างอาชีพและการสร้างงาน กระตุ้นให้เกิดการบริโภคและอุปโภค รวมทั้งก่อให้เกิดการลงทุนภายในระบบการเงินของประเทศ สอดคล้องกันกับนโยบายขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ซึ่งสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการและการจัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยมองว่าเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจและลดภาวะความยากจน (World Trade Report, 2012) ด้วยเหตุที่การเป็นผู้ประกอบการถูกมองว่าเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในยุคการค้าเสรี รัฐบาลในประเทศต่าง ๆ จึงพยายามขยายขอบเขตการเป็นผู้ประกอบการออกไปยังตลาดระหว่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น รายงานการศึกษาของบริษัท DHL เรื่อง Internationalization – A Driver for Business Performance 2013 ซึ่งศึกษาประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำหรือกลุ่ม G7 (Group of Seven) และประเทศเศรษฐกิจใหม่ (Emerging Markets) เช่น จีน รัสเซีย บราซิล อินเดีย และเม็กซิโก พบว่าบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ที่จัดตั้งใหม่ตั้งแต่ปี 2007-2012 มีแนวโน้มการดำเนินกิจกรรมธุรกิจระหว่างประเทศมากกว่าบริษัทที่จัดตั้งมานานแล้ว ในระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2012 ร้อยละ 82 ของ SMEs ที่มีการดำเนินกิจกรรมธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นบริษัทจัดตั้งใหม่และดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 2-5 ปี อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง ดังนั้นการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ จึงเกิดขึ้นได้ยากกว่าการเป็นผู้ประกอบการที่เน้นการทำธุรกิจเฉพาะในประเทศ อีกทั้งยังต้องอาศัยปัจจัยผลักดันหลาย ๆ ปัจจัย ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ได้แก่ ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ

บทความนี้อธิบายแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (International Entrepreneurship) และบทบาทของทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่มีต่อการเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ เพื่อให้ผู้สนใจ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้เข้าใจในมิติต่าง ๆ ของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ โดยเริ่มจากความหมายของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ประโยชน์และความเสี่ยงจากการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ปัจจัยกระตุ้นการเกิดผู้ประกอบการระหว่างประเทศ บทบาทของทุนมนุษย์ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ทุนมนุษย์และการเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศของประเทศไทย รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศ เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศอย่างยั่งยืน

การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศคืออะไร

ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน แนวคิดและทฤษฎีมากมายได้รับการพัฒนาขึ้นมา เพื่ออธิบายถึงลักษณะและพฤติกรรมของผู้ประกอบการ Hisrich et al. (2005) ได้อธิบายการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ว่าเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีมูลค่า โดยใช้เวลาและความพยายามของบุคคล โดยบุคคลนั้นต้องเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านจิตใจ และด้านสังคม ผลตอบแทนที่ได้รับอยู่ในรูปของเงิน ความพึงพอใจส่วนบุคคล และความเป็นอิสระ จึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ บุคคลที่มีความสร้างสรรค์ ยอมรับในความเสี่ยงและความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้น มีความสามารถในการริเริ่ม และเปลี่ยนแปลงทรัพยากร รวมทั้งสถานการณ์แวดล้อมให้อยู่ในรูปของกระบวนการทางเศรษฐกิจ

เมื่อผู้ประกอบการมีการเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยผ่านกระบวนการและช่องทางในรูปแบบต่าง ๆ และมี การจัดตั้งเป็นบริษัททั้งที่เป็นบริษัทข้ามชาติ (Multinational Companies: MNCs) และ SMEs ทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ จึงมีการพัฒนาขึ้นมา เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมดังกล่าวของผู้ประกอบการ ทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับทราบดีว่าเป็นอย่างมากในการอธิบาย การเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ (Internationalization) ได้แก่ ทฤษฎี Uppsala Model โดยระบุว่ากิจกรรมธุรกิจระหว่าง ประเทศของบริษัทต่าง ๆ เกิดขึ้นเป็นกระบวนการในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปและเป็นขั้นตอน มีการใช้เวลาในการสะสมความรู้เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจ มีการเรียนรู้โดยเริ่มจากการส่งออกสินค้าไปยังประเทศใกล้เคียงก่อน และสร้างพันธมิตรผูกพันในการทำธุรกิจระหว่างประเทศให้เกิดขึ้น (Johanson and Vahlne, 1977)

อย่างไรก็ตาม มีบริษัทจำนวนมากที่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยไม่ผ่านตามทฤษฎีข้างต้น บริษัทเหล่านี้จัดตั้งขึ้นใหม่ และเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วหรือทันทีหลังการจัดตั้ง บริษัทการณ์นี้เกิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาแนวคิดใหม่ขึ้น เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว หรือที่เรียกกันว่า “การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (International Entrepreneurship)” McDougall (1989) ได้ให้นิยามของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศไว้เป็นครั้งแรก โดยกล่าวว่า การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ หมายถึง การจัดตั้งบริษัทใหม่เพื่อดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ หรือการที่บริษัทจัดตั้งใหม่เข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศทันทีที่จัดตั้งเสร็จ ส่วนทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (International Entrepreneurship Theory) เป็นการอธิบายปรากฏการณ์การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศว่าเป็นการที่บริษัทธุรกิจจัดตั้งใหม่ ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กและมีทรัพยากรจำกัด มีการดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว บางบริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศทันทีหลังจัดตั้งเสร็จและมีรายได้บางส่วนมาจากกิจกรรมนั้นภายในเวลาไม่เกินปีที่ 6 หลังจากการจัดตั้งบริษัท (Freeman and Cavusgil, 2007) บริษัทที่มีลักษณะดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ McDougall et al. (2003) ได้เสนอแนะว่าผู้ประกอบการระหว่างประเทศจำนวนมากมีลักษณะบางประการร่วมกันและ ทำให้มีความแตกต่างไปจากผู้ประกอบการในประเทศ (Domestic Entrepreneur) ลักษณะดังกล่าว ได้แก่

1. ผู้ประกอบการระหว่างประเทศและทีมบริหารมักมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมาก่อนการจัดตั้งบริษัท ทำให้สามารถค้นพบโอกาสทางธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศและนำไปสู่การจัดตั้งบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจระหว่างประเทศมาก่อน มักใช้วิธีการจ้างทีมบริหารหรือบุคลากรที่มีประสบการณ์เข้ามาดำเนินการแทน ประสบการณ์ของผู้ประกอบการและทีมบริหารเป็นสิ่งที่เข้าไปชดเชยการเป็นบริษัทจัดตั้งใหม่และไม่มีประสบการณ์ ส่งผลให้บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศสามารถจัดตั้งและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้
2. กลยุทธ์ที่บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศใช้เพื่อการดำเนินธุรกิจ ในตลาดต่างประเทศมุ่งเน้นไปที่การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพ การตลาด และนวัตกรรม โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์นวัตกรรม บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศที่จัดตั้งใหม่จำนวนมากเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าและให้บริการทางด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้อย่างรวดเร็วในตลาดใหม่

3. บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศมักมีการบูรณาการด้านอุตสาหกรรมในระดับสากล โดยบริษัทเหล่านี้มักจะมุ่งเน้นการทำธุรกิจในอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้า เพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากกว่าในอุตสาหกรรมที่จำกัดอยู่แค่ตลาดภายในประเทศ รวมทั้งเข้าไปเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความเป็นสากลและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทที่มีความเชื่อมโยงกัน

ด้วยเหตุที่แนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีสูงขึ้นในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ทำให้มีฐานวิจัยและวิจัยพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ผลที่ตามมาคือการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศได้รับการยอมรับว่าเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่ศึกษาหาคำตอบ เพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว หรือทันทีหลังจากการจัดตั้งบริษัทเสร็จสิ้น นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยผู้ประกอบการระหว่างประเทศหลาย ๆ งาน ได้ขยายขอบเขตจากการจำกัดอยู่เพียงบางอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยี ไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เกษตร และสิ่งทอ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ โดยเฉพาะปัจจัยทุนมนุษย์ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่า ผลต่อการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ แนวโน้มการศึกษาประเด็นทุนมนุษย์ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีทิศทางเป็นไปในเชิงการบูรณาการมากกว่าจะเฉพาะทุนมนุษย์ด้านใดด้านหนึ่ง ดังที่ได้กล่าวไว้ใน Kung'uansupaphan and Siengthai (2012) ว่า ทุนมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศสามารถเพิ่มเติมและพัฒนาได้ โดยอาศัยการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ซึ่งความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศที่มีการสร้างขึ้นใหม่ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารจัดการองค์กร ส่งผลให้องค์กรเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Oriented Organization) และดำเนินกิจกรรมงานได้ภายใต้สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ

ประโยชน์และความเสี่ยงจากการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศทวีความสำคัญมากขึ้น ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ พยายามลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันลง ผลที่ตามมาคือบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศจำนวนมากสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว หลังจากการจัดตั้งธุรกิจ การเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของธุรกิจมีประโยชน์เป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้ธุรกิจสามารถเข้าไปนำเสนอสินค้าและบริการในตลาดได้ก่อนคู่แข่ง ครอบครองส่วนแบ่งในตลาดระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ และสร้างยอดขายให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมทางการเงิน การเป็นผู้นำตลาด การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

ในอีกมุมมองหนึ่ง ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศจะได้รับจากการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ คือ การได้เรียนรู้และสะสมประสบการณ์จากตลาดใหม่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ พัฒนาความสามารถทางธุรกิจและนำไปสู่การพัฒนาตนเองในหลาย ๆ ด้านซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมในแต่ละประเทศที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันไป นับเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศต้องเผชิญ การเรียนรู้และพัฒนาตนเองจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องทำ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดและแข่งขันกับคู่แข่งได้ การเรียนรู้ยังเป็นการสร้างความรู้ใหม่ และสมรรถนะ และพัฒนาทักษะความสามารถในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย เช่น ทักษะด้านการจัดการและด้านเทคนิค เป็นต้น นอกจากการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองจะเป็นสิ่งจำเป็นต่อตัวผู้ประกอบการ ยังมี ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศด้วย การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ควรเริ่มที่ตัวผู้ประกอบการเองก่อน จากนั้นจึงส่งเสริมให้กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศส่วนมากมักเป็น SMEs ที่จัดตั้งได้ไม่นานจึงมีความยืดหยุ่นสูง ยอมรับสิ่งใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงได้ดี การใช้ตนเองเป็นต้นแบบ (Role Model) ในการเรียนรู้และพัฒนา รวมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังของผู้ประกอบการ จะช่วยให้สามารถสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ในองค์กร ส่งผลให้องค์กรมีโอกาที่จะอยู่รอดและเติบโตได้ในระยะยาว

ทุนมนุษย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในปัจจุบันสภาวะการณ์หลาย ๆ ด้านเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว แต่ตลาดระหว่างประเทศก็มีความเสี่ยงและความซับซ้อนมากกว่าตลาดในประเทศ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกที่จะดำเนินธุรกิจของตนเองจำกัดอยู่เฉพาะขอบเขตภายในประเทศเท่านั้น เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมในแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เช่น สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้บริโภคในแต่ละประเทศมีรสนิยมในการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน สภาพเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อกำลังซื้อที่ต่างกันของประชาชนในแต่ละประเทศ ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีของประเทศส่งผลต่อความต้องการสินค้าทางด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน หรือการที่แต่ละประเทศมีกฎหมายและข้อบังคับในการทำธุรกิจไม่เหมือนกัน ก็มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ต่างกันเช่นกัน การที่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศต้องเผชิญกับความหลากหลายด้านสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ส่งผลให้การจัดการธุรกิจมีความซับซ้อนและมีความเสี่ยงมากขึ้น
2. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกันทางธุรกิจเกิดขึ้นได้ตลอด 24 ชั่วโมง อุปสรรคในเรื่องระยะทางและเวลาค่อย ๆ หดหายไป โอกาสทางธุรกิจและความสะดวกสบายในการทำธุรกิจมีมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจหรือการเงินขึ้นในประเทศใดประเทศหนึ่ง อาจส่งผลกระทบต่อถึงกันในช่วงกว้างดังที่เกิดขึ้นกับหลาย ๆ ประเทศในอาเซียนเมื่อครั้งเกิดวิกฤตการเงินต้มยำกุ้ง หรือวิกฤตหนี้สาธารณะยุโรป
3. ความแปลกใหม่ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศบริษัทที่เริ่มขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศต่างต้องเผชิญกับสภาพความแปลกใหม่และความเป็นต่างประเทศ (Liability of Newness and Foreignness) ซึ่งส่งผลให้มีความต้องการใช้ทรัพยากรมากขึ้น เพื่อแก้ปัญหาจากสภาวะการณ์ใหม่ ๆ ที่ต้องเผชิญ (Zaheer, 1995) ความไม่แน่นอนและความไม่คุ้นเคยในสภาพแวดล้อมใหม่อาจทำให้เสียเปรียบบริษัทท้องถิ่นที่เป็นคู่แข่งได้นอกจากนั้นแล้ว ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศต้องเผชิญยังมาจากการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในแต่ละตลาดใหม่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ

แม้ว่าการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสามารถนำไปสู่การสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการระหว่างประเทศในหลาย ๆ ด้าน เช่น การสร้างผลตอบแทนและการเติบโตของบริษัท แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการระหว่างประเทศต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่มากขึ้นตามไปด้วยจากความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ประสงค์จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงต้องประเมินและเปรียบเทียบผลได้ผลเสียให้ครอบคลุมในทุกด้านก่อนการตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ

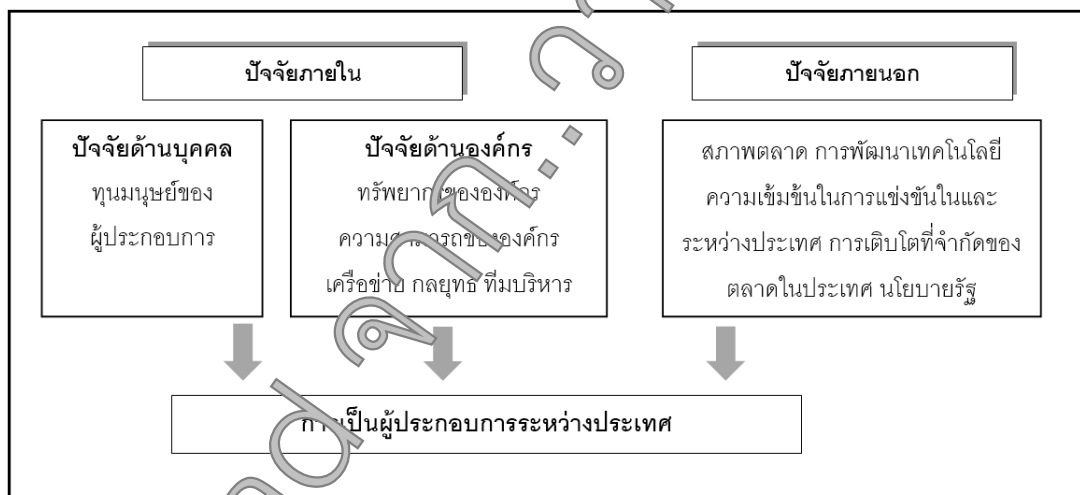
ปัจจัยกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีการเผยแพร่และต่อยอดแนวคิดออกไปอย่างกว้างขวางในหลากหลายประเด็น ส่งผลให้ความเข้าใจในเรื่องการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศมีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่ยังอยู่ในช่วงของการพัฒนาและมีประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องได้รับการศึกษาเพิ่มเติมอีกมาก หนึ่งในประเด็นที่มีผู้ให้ความสนใจศึกษามาก ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ Rialp et al. (2005) ได้ทบทวนงานวิจัยชิ้นงาน ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศและได้ระบุถึงปัจจัย 4 ประการที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมใหม่ที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ภาคส่วนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และความสำคัญของตลาดเฉพาะส่วน (Niche Market) และ SMEs ที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก
2. การพัฒนาเทคโนโลยีในหลาย ๆ ด้าน เช่น กระบวนการผลิต การคมนาคมขนส่ง และการติดต่อสื่อสาร
3. การให้ความสำคัญกับเครือข่ายระดับโลกและการสร้างพันธมิตร
4. ความสามารถที่เพิ่มขึ้นของบุคคลและผู้ประกอบการที่จัดตั้งธุรกิจ เพื่อดำเนินกิจกรรมในตลาดระหว่างประเทศ

นอกเหนือไปจากปัจจัยข้างต้น Zahra and George (2002) ได้กล่าวถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยด้านองค์กรให้ความสำคัญไปที่ปัจจัยย่อย 3 ประการ ต่อไปนี้

1. ทรัพยากรที่องค์กรมีทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Tangible Assets) โดยเฉพาะทรัพยากรที่เป็นนวัตกรรม
2. ผลิตภัณฑ์หรือบริการและสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) แต่สามารถสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจได้ เช่น ชื่อเสียงและเครือข่าย
3. ทีมบริหารขององค์กร มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากมีอำนาจในการบริหารจัดการธุรกิจ กำหนดกลยุทธ์ และตัดสินใจทางธุรกิจ คุณลักษณะสำคัญของทีมบริหารที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว นั้น ประกอบด้วย ประสบการณ์การทำงานในต่างประเทศ การศึกษาในต่างประเทศ ภูมิหลัง และวิสัยทัศน์ด้านธุรกิจระหว่างประเทศ
4. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ขนาดขององค์กร ระยะเวลาที่องค์กรดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้งองค์กร ความเข้มแข็งด้านการเงิน และกลยุทธ์การมุ่งเน้นการเติบโตขององค์กร เป็นต้น



ภาพที่ 1 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

ในส่วนของบริษัท สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศประกอบด้วยปัจจัยย่อยหลายประการ ได้แก่ ความเข้มขันในการแข่งขันของธุรกิจภายในประเทศและระหว่างประเทศ การเติบโตของตลาดภายในประเทศมีจำกัด นโยบายของรัฐบาล ปัจจัยดึงดูดทางการค้า เช่น กฎหมาย ภาษี การเติบโตของอุตสาหกรรมและยอดขาย เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่า ในภาพรวมปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังแสดงในภาพที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยภายใน (Internal Factor) ซึ่งประกอบด้วยทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และปัจจัยภายนอก (External Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการแต่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจได้ทั้งในทางบวกและทางลบ

ทุนมนุษย์และการเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

แม้ว่าจะมีปัจจัยหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ แต่ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่ได้รับความสนใจและมีการศึกษาอย่างกว้างขวางในหลาย ๆ มุมมอง เนื่องจากโดยมากแล้วบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศมักเป็น SMEs ซึ่งผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ดังนั้น ความมีคุณภาพหรืออีกนัยหนึ่ง ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ จึงเป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร และมีอิทธิพลต่อการเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศประกอบด้วย ประเด็นดังนี้

1. ทุนมนุษย์ทั่วไป (General Human Capital) ได้แก่ ทักษะและความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจที่จะจัดตั้งหรือธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ เช่น ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ สถานภาพสมรส ภูมิหลังครอบครัว และคุณลักษณะของบุคคล เช่น ความกระตือรือร้น กล้าเสี่ยง ฯลฯ
2. ทุนมนุษย์เฉพาะ (Specific Human Capital) ได้แก่ ทักษะและความรู้ที่เฉพาะเจาะจงและมีผลกระทบโดยตรงต่อการจัดตั้งธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจที่ทำอยู่ เช่น ประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทเดียวกันกับธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ ประสบการณ์ในการจัดตั้งธุรกิจ ประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจ ความรู้ด้านธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งลักษณะทางด้านจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ และแรงจูงใจของผู้ประกอบการ

ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าสู่ตลาดอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยใช้เวลาในการสะสมทุนมนุษย์และทรัพยากรต่าง ๆ จนรู้สึกถึงความพร้อมจึงขยายธุรกิจไปยังตลาดระหว่างประเทศ หรือการเร่งการนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วในกรณีหลังนี้ ทุนมนุษย์จะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นไปอีก เนื่องจากตลาดระหว่างประเทศมีความซับซ้อนและมีความเสี่ยงในการทำธุรกิจมากกว่าตลาดในประเทศ ทุนมนุษย์ที่พบว่ามีส่วนต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ได้แก่ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจระหว่างประเทศมาก่อน การได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการที่เกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ หรือเคยไปศึกษาในต่างประเทศ

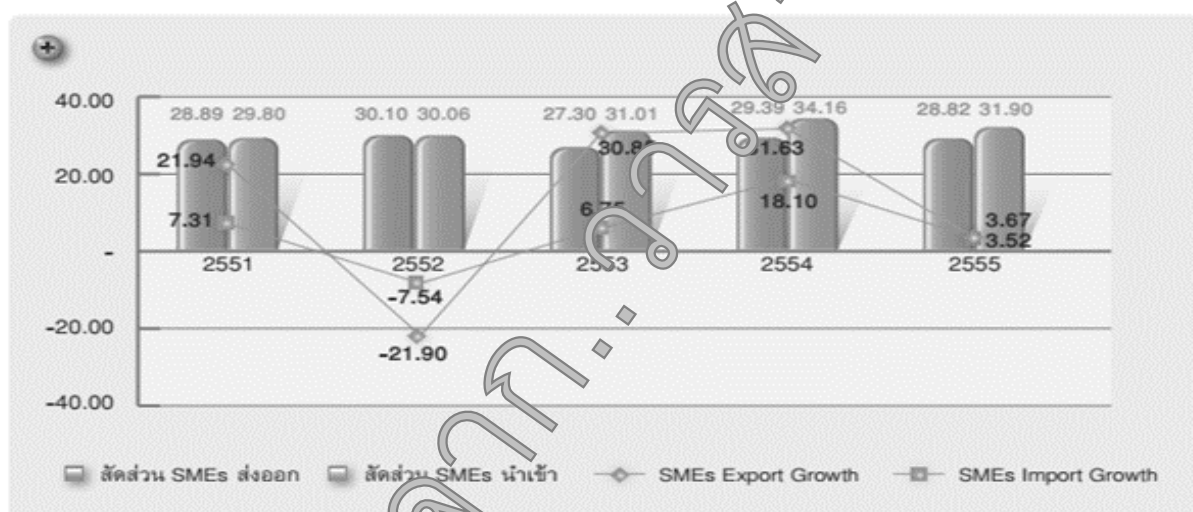
ประสบการณ์ของผู้ประกอบการทำให้มีทักษะและความรู้ในธุรกิจนั้น ช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศได้ง่ายกว่าการไม่มีประสบการณ์เลย บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศหลาย ๆ บริษัทจึงจัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการผลิตหรือให้บริการที่เหมือนกัน คล้ายคลึงกัน หรือมีความเกี่ยวข้องกันกับธุรกิจที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์มาก่อน ส่วนการได้รับการศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจระหว่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการได้สะสมความรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดความเสี่ยง สร้างความมั่นใจ และเป็นการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ผู้ประกอบการทุกคนจะมีประสบการณ์หรือการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ การอาศัยเฉพาะทุนมนุษย์ทั้งสองอย่างดังกล่าวจึงอาจไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการบูรณาการการใช้ประโยชน์จากทุนมนุษย์ที่ตนเองมีนอกเหนือไปจากประสบการณ์หรือการศึกษาในระบบ เพื่อเป็นเครื่องมือเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ สิ่งสำคัญคือ การตระหนักถึงประโยชน์และความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีต่อธุรกิจ และการทำความเข้าใจว่าทุนมนุษย์ของบุคคลเป็นสิ่งที่สามารถปรับปรุง พัฒนา และสร้างขึ้นได้ และไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่ประสบการณ์หรือระดับการศึกษาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล และคุณลักษณะทางด้านจิตวิทยาด้วย เช่น ทัศนคติ การให้คุณค่า การรับรู้ และแรงจูงใจ

ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจเร่งความเร็วในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ มีผลต่อการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจ เสริมสร้างทัศนคติที่มุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นที่จะริเริ่มดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน ก็ช่วยพัฒนาความสามารถในการปรับตัว การยอมรับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี อาจกล่าวได้ว่า บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศไม่ได้เกิดขึ้นจากการครอบครองทรัพยากร หากแต่เป็นผลมาจากทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ ทุนมนุษย์นี้เองที่เป็นกุญแจสำคัญในการทำให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จำเป็นโดยไม่ต้องเป็นเจ้าของ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้วิธีการต่าง ๆ ในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ และสร้างความสามารถ

ในการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีทรัพยากรมากกว่าได้ (Oviatt and McDougall, 2005) ทุนมนุษย์จึงมีผลเป็นอย่างมากต่อการผลักดันการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการเร่งความเร็วการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ

ความสำคัญของทุนมนุษย์ในการเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศของประเทศไทย

ในยุคการค้าเสรีอาเซียน ประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกอาเซียนต่างต้องปรับตัวรับการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการค้าที่มีมากขึ้นทั้งจากภายในภูมิภาคและจากภายนอก ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมีการพัฒนา ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตและการบริการใหม่ ๆ ผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากในประเทศไทย ยังต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนทักษะและความเชี่ยวชาญในการจัดการองค์กร ซึ่งถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการสร้างประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และความได้เปรียบในการแข่งขัน ในสถานการณ์ดังกล่าว หากผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้การเข้าถึงทรัพยากรข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศได้ง่ายดายขึ้น จะส่งผลให้สามารถขยายกิจกรรมทางธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว (Hank and Fukunari, 2010)



หมายเหตุ: จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556.

ภาพที่ 2: อัตราการขยายตัวของ SMEs ประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2551-2555

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้นและรุนแรงขึ้น การปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของการค้าและการสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างการเติบโตและเป็นหนทางอยู่รอดของธุรกิจต่าง ๆ ธุรกิจจากประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถเข้ามาแข่งขันในประเทศไทยได้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน โอกาสของการค้าของผู้ประกอบการไทยก็มีมากขึ้นในกลุ่มประเทศอาเซียนเช่นกัน สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเตรียมความพร้อมและเร่งพัฒนาด้านเอง เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน บริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศในประเทศไทยส่วนมากมักเป็น SMEs ภาพที่ 2 แสดงการขยายตัวของการส่งออกและนำเข้าโดย SMEs ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 ซึ่งมีการขยายตัวที่เป็นบวกเกือบทุกปี ยกเว้นในปี 2552 ที่การขยายตัวติดลบ เนื่องจากการชะลอตัวภาวะเศรษฐกิจโลก

ทุนมนุษย์-ปัจจัยแรงการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของ SMEs ไทย ยังคงอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำโดยมีเพียงร้อยละ 26 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดเท่านั้นที่เป็นการส่งออกจากภาค SMEs ส่งผลให้ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพเพื่อการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ Institute for Management Development (2013) ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ ในปี 2556 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 27 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากอันดับที่ 32 ในปี 2555 ทั้งนี้เนื่องมาจากประเทศไทยมีระดับของการออกไปลงทุนในต่างประเทศไม่มากนัก ในขณะที่หลาย ๆ ประเทศในเอเชียให้ความสำคัญกับการลงทุนภายนอกประเทศในรูปแบบต่าง ๆ เป็นอย่างมากและมีการกำหนดเป็นนโยบายเศรษฐกิจระดับชาติ เช่น นโยบาย Go-Out Policy ของประเทศจีน และ Go South Policy ของประเทศไต้หวัน เป็นต้น สอดคล้องกับรายงานของ The Global Entrepreneurship Monitor (2011) ที่ว่า ผู้ประกอบการไทยที่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ อยู่ที่ประมาณร้อยละ 9 ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มประเทศที่อาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพเป็นปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economies) เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง

ตารางที่ 1: การจัดอันดับทุนมนุษย์ของประเทศอาเซียนบางประเทศ ปี 2013 โดย The Human Capital Report 2013

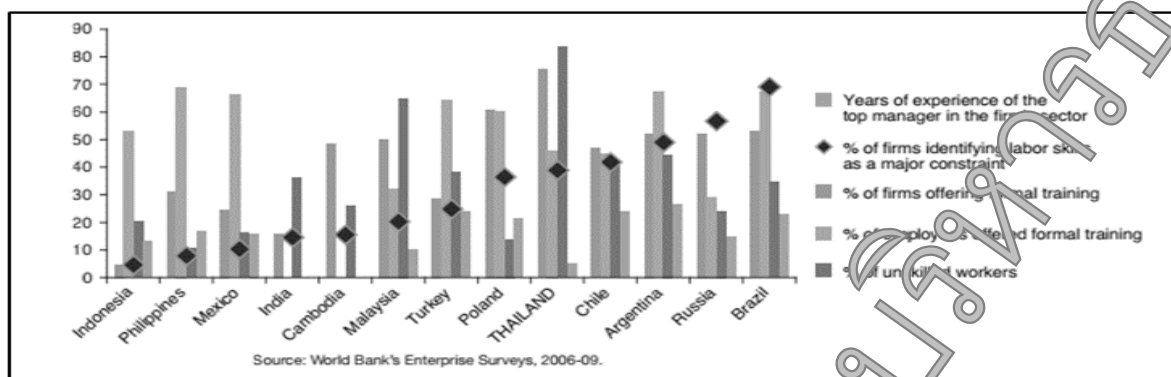
Country	Overall index		Education		Workforce and Employment	
	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
Singapore	3	1.232	3	0.348	2	1.345
Malaysia	22	0.644	34	0.126	18	0.736
Thailand	44	0.158	79	0.242	27	0.482
Indonesia	53	0.001	61	0.040	32	0.262
Philippines	66	-0.161	65	0.011	38	0.164
Vietnam	70	-0.202	73	-0.176	57	-0.040

หมายเหตุ: ปรับปรุงจาก World Economic Forum. (2013). The human capital report 2013.

ในปี 2015 ที่จะมีการเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการ ตลาดอาเซียนจะกลายเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน และเป็นโอกาสของธุรกิจไทยที่จะเข้าไปสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้า ประกอบกับสินค้าไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอาเซียนในหลาย ๆ ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการโดยการพัฒนาทุนมนุษย์ของตนเองในด้านต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจในยุคการค้าเสรีอาเซียน เนื่องจาก “คน” คือทรัพยากรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ธุรกิจ คน สามารถสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจรวมทั้งนำไปสู่การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันได้ในอนาคต การพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงเป็นวาระเร่งด่วนที่ต้องรีบดำเนินการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ สร้างความมั่นใจในการลงทุนและการค้าระหว่างประเทศ สอดคล้องกับ World Bank (2012) ซึ่งได้รายงานเรื่อง Leading with Ideas, Skills for Growth and Equity in Thailand โดยระบุว่า การพัฒนาทักษะบุคคล และการเพิ่มการสร้างนวัตกรรมเป็นกลยุทธ์หนึ่งของประเทศไทยที่จะช่วยให้สามารถปรับเปลี่ยนประเทศให้เป็นประเทศที่มุ่งเน้นความรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อันจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้และลดความยากจนลง รัฐบาลไทยจึงควรมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาทุนมนุษย์ให้เป็นศูนย์กลางของกลยุทธ์การเติบโตและการแข่งขันของประเทศ

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางที่ 1 พบว่า การจัดอันดับทุนมนุษย์โดยพิจารณาจากดัชนีต่าง ๆ โดยรวม (การศึกษา สุขอนามัย-บริการด้านสุขภาพ การจ้างงาน-การฝึกอบรม และโครงสร้างพื้นฐาน-กฎหมายข้อบังคับ) และดัชนีด้านการทำงานและการจัดการในประเทศไทยถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 3 ของประเทศสมาชิกอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ในขณะที่ดัชนีด้านการศึกษา อยู่ในลำดับที่ 6 ของประเทศสมาชิกอาเซียน ต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมจากภาพที่ 3 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทุนมนุษย์ในปี 2009 ของประเทศไทย พบว่าผู้จัดการระดับสูง

ในบริษัทต่าง ๆ ของประเทศไทยมีประสบการณ์การทำงานคิดเป็นจำนวนปีอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ หรือมาเลเซีย แสดงให้เห็นชัดเจนว่าประเทศไทยยังคงต้องมีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มากขึ้นในด้านต่าง ๆ และถือเป็นวาระเร่งด่วนที่ต้องรีบดำเนินการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ และพร้อมรับการเปิดเสรีการค้าระหว่างกันในอนาคตได้



หมายเหตุ: จาก World Bank (2009). World Bank Enterprises Survey 2006-09.

ภาพที่ 3: สถานการณ์ของทุนมนุษย์ในบางด้านของประเทศไทย และประเทศต่าง ๆ ในปี 2009

ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากมีศักยภาพในการนำพาธุรกิจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีสินค้าที่เป็นที่ต้องการในตลาดต่างประเทศ แต่ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่นอกเหนือจากเรื่องเงินทุนและมีผลต่อการตัดสินใจไม่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ คือ ทักษะด้านลบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ ความไม่กล้าเสี่ยง ไม่มั่นใจว่าตนเองมีความพร้อมในเรื่องต่าง ๆ เช่น ทักษะการจัดการและความรู้ด้านตลาดระหว่างประเทศ การมีทุนมนุษย์สะสมไว้ในตนเอง จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อความมั่นใจในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ทุนมนุษย์ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศได้เปรียบในหลายเรื่อง เช่น ประสบการณ์ และการศึกษาด้านธุรกิจระหว่างประเทศ ทำให้มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ หรือช่องว่างทางการตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม เมื่อเข้าสู่กระบวนการในการจัดตั้งและบริหารจัดการธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนมากพบว่า ทุนมนุษย์เดิมที่มีการสร้างและสะสมผ่านช่วงเวลาหนึ่งอาจไม่เพียงพอและจำเป็นต้องมีการพัฒนาหรือสร้างขั้นใหม่เพิ่มเติม ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดตั้งธุรกิจเพื่อทำการค้าในตลาดระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความแปลกใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจแตกต่างไปจากสิ่งที่เคยเผชิญมา เช่น ปัญหาในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าในแต่ละตลาด รสนิยมที่แตกต่างกันของลูกค้า กฎหมายข้อบังคับในการส่งออกหรือนำเข้าสินค้าของแต่ละประเทศ เครื่องจักรใหม่ที่ใช้ในการผลิต หรือแม้กระทั่งปัญหาการสรรหาและจ้างบุคลากร ปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญและแก้ไขเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้อุปกรณ์ประกอบการสามารถจัดการกับปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

จากการศึกษากรณีบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศ 3 บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย โดย Kungwansupaphan and Siengthai (2012) พบว่าผู้ประกอบการมีการสะสมทุนมนุษย์มาในรูปแบบแตกต่างกันไป ได้แก่ การมีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจต่างประเทศ การมีการศึกษาทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศ การมีพื้นฐานครอบครัวทำธุรกิจ ทุนมนุษย์เหล่านี้มีส่วนช่วยในการเร่งความเร็วการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยช่วยให้สามารถค้นหาโอกาสในตลาดได้อย่างรวดเร็ว และช่วยในเรื่องกระบวนการทำงาน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการเหล่านี้ยอมรับว่าต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคใหม่มากมายที่คาดไม่ถึงในการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ ปัญหาบางอย่างเคยประสบมาแล้วจากการทำงานในอดีต แต่ก็ยังต้องหาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ไข เนื่องจากสภาพแวดล้อมของปัญหานั้นต่างไปจากในอดีต การจะทำให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนและดำเนินต่อไปได้ ต้องอาศัยการสะสมและพัฒนาทุนมนุษย์ใหม่เพิ่มเติมโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ขาดการพัฒนาทักษะที่จำเป็นทางธุรกิจ ขาดการสร้างความรู้ใหม่ ละเลยการเรียนรู้และการเพิ่มเติมความรู้ที่จำเป็นต่อธุรกิจ รวมทั้ง ขาดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพความผันผวนของตลาด

ทุนมนุษย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน

อาจกล่าวได้ว่า ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการเร่งความเร็วของธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ แม้ว่าผู้ประกอบการอาจมีการสะสมทุนมนุษย์ในบางรูปแบบมาแล้ว แต่การพัฒนาทุนมนุษย์ยังคงต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เรียกได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถหยุดกระทำได้ ทั้งนี้เนื่องจากการทำธุรกิจระหว่างประเทศมีความซับซ้อนมาก ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนและไม่แน่นอนสูง แม้ว่าจะสามารถนำพาธุรกิจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว แต่อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงสูงในการประสบความสำเร็จหลังจากดำเนินธุรกิจได้ไม่นาน การพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าจะเป็น การสร้างทัศนคติเชิงบวก การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ (Learning Orientation) การมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการทำธุรกิจในตลาดสากล หรือความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ฯลฯ เพื่อให้สามารถปรับตัวและแก้ไขปัญหาจากสถานการณ์หลากหลายรูปแบบได้อย่างราบรื่น ส่งผลต่อการดำเนินงานโดยรวมและเป็นการสร้างโอกาสในการอยู่รอดได้ในระยะยาว

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

ธุรกิจระหว่างประเทศนอกจากจะสามารถสร้างผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการและบริษัท ยังเป็นพื้นฐานสำคัญที่นำไปสู่การขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้บุคคลจำนวนมากต้องการก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนและรายละเอียดมาก ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้นรวมทั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความซับซ้อน การสะสมและพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ด้วยเหตุที่ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการมีบทบาทต่อการนำพาธุรกิจให้เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการที่ควรดำเนินการมีดังนี้

1. ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นได้โดยตัวผู้ประกอบการเอง โดยแนวทางที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ คือ
 - 1.1 การสร้างทัศนคติที่ดีและการตระหนักรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ โดยต้องเข้าใจว่าการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเป็นการพัฒนาความสามารถทักษะ และความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่ต้องดำเนินการนอกจากนั้น การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นสิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงควรทำให้เป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญทางธุรกิจ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับความเสี่ยงที่ต้องเผชิญหากเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ เป็นการให้คุณค่าและสร้างทัศนคติด้านบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต และนำไปสู่การพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน
 - 1.2 ประเมินตนเอง เพื่อให้ทราบ ต้องพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านใดเพิ่มเติมบ้าง เช่น ไม่มีความรู้ในการทำการตลาดในต่างประเทศหรือขาดทักษะการจัดการองค์กร เป็นต้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศมีความไม่แน่นอนสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การประเมินตนเองของผู้ประกอบการจึงควรทำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองได้อย่างรวดเร็ว
 - 1.3 แสวงหาช่องทางหรือทางเลือกในการพัฒนาทุนมนุษย์ที่เหมาะสม ปัจจุบัน ช่องทางการพัฒนาทุนมนุษย์หรือแหล่งเรียนรู้ของผู้ประกอบการมีมากมายและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การศึกษาข้อมูลผู้บริโภควิธีการตลาด การเป็นสมาชิกวารสารธุรกิจ การเข้าประชุมและสัมมนาธุรกิจ รวมทั้งการฝึกอบรมเพิ่มเติม ที่ใจเพื่อภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ผู้ประกอบการจึงสามารถเลือกแหล่งเรียนรู้และรูปแบบการเรียนรู้ได้ รวมทั้งอาศัยแหล่งเรียนรู้ที่มีในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจได้

2. การส่งเสริมและสนับสนุนโดยภาครัฐ เนื่องจากธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศนำมาซึ่งการสร้างงาน สร้างรายได้ และการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศรัฐบาลประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบาย เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลไทยเองก็ให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ โดยที่ผ่านมา เป้าหมายอยู่ที่การส่งเสริมการส่งออกเป็นหลัก นโยบายและแนวปฏิบัติที่กำหนดโดยภาค

รัฐเป็นปัจจัยสนับสนุนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการสร้างผู้ประกอบการธุรกิจและผลักดันการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ดังนั้น นโยบายและแนวปฏิบัติที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนดจึงควรเป็นไป เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ โดยแนวทางที่ภาครัฐควรดำเนินการ ได้แก่

- 2.1 กำหนดนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการที่มีความชัดเจนตรงต่อความต้องการสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และมีผลต่อการกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างขีดความสามารถของบุคคลที่รู้ถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นพื้นฐานที่นำไปสู่การตัดสินใจของบุคคลในการเลือกเป็นผู้ประกอบการ “ความกลัวที่จะล้มเหลว” เป็นหนึ่งในเหตุผลที่บุคคลหลีกเลี่ยงการเป็นผู้ประกอบการ ภาครัฐจึงควรเร่งดำเนินการในเชิงรุกโดยการเผยแพร่ข้อมูลในด้านบวกของธุรกิจระหว่างประเทศผ่านการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทาง รวมทั้งใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
- 2.2 นำเสนอโปรแกรมการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มด้านธุรกิจ ปัจจุบันมีการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้บริการและช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอยู่แล้ว เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้บริการด้านของข้อมูลคำปรึกษาเชิงลึก และการจับคู่ธุรกิจ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้บริการข้อมูลข่าวสาร จัดการฝึกอบรม และสัมมนาเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้บริการอบรมเพื่อสร้างความรู้และยกระดับและเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อเตรียมพร้อมรับการเปิดเสรีการค้าอาเซียน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การให้บริการยังจำกัดอยู่เพียงในเมืองหลวง หรือเมืองสำคัญของประเทศไม่ครอบคลุมไปถึงพื้นที่ต่างจังหวัดมากนัก การเพิ่มแหล่งเรียนรู้ที่มีช่องทางการเข้าถึงหลายช่องทางและครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ให้มากขึ้น จะสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในจังหวัดสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้มากขึ้น
- 2.3 ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศในระยะยาวและให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการศึกษาที่สามารถตอบสนองต่อสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดระดับโลกและการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งมีการปรับปรุงหลักสูตรหรือวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้และทักษะไปใช้ได้จริง

สรุป

การเปิดเสรีการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีมากขึ้นในปัจจุบันและกำลังจะมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้นในปี 2015 ดึงดูดให้ผู้ประกอบการจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต้องการเข้าไปแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและใช้โอกาสนั้นในการสร้างผลตอบแทน ผู้ประกอบการจำนวนมากจึงจัดตั้งบริษัท เพื่อเข้าไปดำเนินกิจกรรมธุรกิจระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่เกิน 6 ปีหลังการจัดตั้ง บริษัทประเภทนี้เป็นบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศซึ่งมีรูปแบบการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศแบบค่อยเป็นค่อยไป การเร่งความเร็วในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศทำให้บริษัทสามารถครอบครองตลาดได้ก่อนคู่แข่งและนำมาซึ่งผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน บริษัทเหล่านี้ก็ต้องเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนสูง ความเชื่อมโยงกันทางระบบการเงินและข้อมูลระหว่างประเทศต่าง ๆ และความแปลกใหม่ในต่างประเทศ ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการในการนำพาธุรกิจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว การส่งเสริมจูงใจทั้งบริษัทผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงต้องให้ความสำคัญไปที่การพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการโดยแนวทางในการพัฒนาต้องเริ่มจากตัวผู้ประกอบการเองที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญ มีการประเมินตนเอง และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ส่วนภาครัฐก็ควรกำหนดนโยบายและโปรแกรมการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง และสอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556.

English

DHL Express. (2013). Internationalization – a driver for business performance 2013. Retrieved from http://www.dhl.com/en/press/releases/releases_2013/express/new_dhl_express_study.html

Freeman, S., & Cavusgil, S.T. (2007). Toward a typology of commitment states among managers of born-Global firms: A Study of Accelerated internationalization. *Journal of International Marketing*, 15(4), 1-40.

Hana Polackova, B. (2012). Leading with ideas : skills for growth and equity in Thailand. Washington, DC: World Bank. Retrieved from <http://documents.worldbank.org/curated/en/2012/01/15940701/leading-ideas-skills-growth-equity-thailand>

Hank; L., & Fukunari, K. (2010). The internationalization of small and medium enterprises in regional and global value chains, ADBI working paper series, 281.

Hisrich, R.D., Peters, M.P., & Shepherd, D.A. (2005). *Entrepreneurship 6th Edition*, McGraw Hill.

Institute for Management Development. (2013). The IMD world competitive yearbook. 2013. Retrieved from <http://www.imd.org/wcc/news-wcy-ranking/>

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 25-34.

Kelley, D.J., Singer, S., & Herrington, M. (2011). The global entrepreneurship monitor 2011 Global report.

Kungwansupaphan, C., & Siengthai, S. (2012). Exploring entrepreneurs' human capital components and effects on learning orientation in early internationalizing firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-27.

McDougall, P.P. (1989). International versus domestic entrepreneurship: New venture strategic behavior and industry structure. *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400.

McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. (2003). A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 59-82.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2011). Studies on SMEs and entrepreneurship in Thailand: Key issues and policies, OECD Publishing.

Oviatt, B.M., & McDougall, P.P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537–553.

Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G.A. (2005). The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry?, *International Business Review* 14,147–166.

World Bank (2009). World Bank enterprises survey 2006-09.

World Economic Forum. (2013). The human capital report 2013. Retrieved from <http://reports.weforum.org/human-capital-index-2013>

World Trade Organization.(2012). World Trade report 2012 Trade and public policies: A closer look at non-tariff measures in the 21st century.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). International entrepreneurship: the current status of the field and future research agenda. *Strategic Entrepreneurship: Creating a new mindset*, 255-288.

Zaheer, S. (1995). Overcoming the liability of foreignness. *Academy of Management Journal*, 38(2), 341-363.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2013). White paper on small and medium enterprises in Thailand, 2013.