

การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์

Adaptation of Small Entrepreneurs in Songkhla Province In the Era of Artificial Intelligence

เจษฎา นกน้อย และ วิชชุดา หมาดหยัน

มหาวิทยาลัยทักษิณ

Chetsada Noknoi and Wichuda Mardyan

Thaksin University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: chetsada@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

ในยุคที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 12 ราย จากหลากหลายประเภทธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด 7S McKinsey Model ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้ chatbot ในการตอบโต้กับลูกค้า ธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มีแนวโน้มปรับตัวและใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มากกว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แล้ว ส่วนที่เหลืออยู่ระหว่างวางแผน และเริ่มมีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แต่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด และการจัดการสินค้าคงคลัง ทักษะของพนักงานต่อเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ยังอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจาก การขาดความรู้และทักษะ ส่วนผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและความไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลตอบแทนจากการลงทุน ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ควรพัฒนาแผนกลยุทธ์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจ ลงทุนในการฝึกอบรมพนักงาน และสร้างพันธมิตรกับบริษัทเทคโนโลยีหรือสถาบันการศึกษา สำหรับภาครัฐ ควรพัฒนานโยบายสนับสนุนเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เฉพาะเจาะจง และส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชนการวิจัยนี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กในยุคเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในบริบทของจังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสมต่อไป

* วันที่รับบทความ : 10 พฤศจิกายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ 16 พฤศจิกายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 19 พฤศจิกายน 2567

คำสำคัญ: การปรับตัวทางธุรกิจ; ผู้ประกอบการขนาดเล็ก; จังหวัดสงขลา; ปัญญาประดิษฐ์; 7S McKinsey Model

Abstract

This research aims to study the adaptation of small entrepreneurs in Songkhla province to the age of artificial intelligence (AI). It employs a qualitative research methodology. The key interviewees are 12 small entrepreneurs in Songkhla province who have been in business for at least 3 years and continue to operate in the future AI era, representing various business types. Data was collected through in-depth interviews and analyzed using the 7S McKinsey Model framework for content analysis. The research findings reveal that most entrepreneurs have incorporated AI into their businesses, particularly in data analysis and chatbot usage, but the utilization and readiness for adaptation vary. Newly established businesses tend to adapt and use AI more extensively. In terms of strategy, most entrepreneurs already have AI strategies in place, while the rest are in the planning stages. Regarding structure, organizational adjustments to accommodate AI are still in their early stages. For systems, AI usage is diverse, focusing on data analysis, marketing, and inventory management. Shared values show that employee attitudes towards AI range from moderate to fairly positive. The style of management indicates that executives prioritize innovation and adaptation. In terms of staff and skills, most companies emphasize AI-related staff development, but employee skills are generally at a moderate level. The main challenges include lack of knowledge and skills, budget constraints, and uncertainty about return on investment. Recommendations include developing AI strategies aligned with business goals, investing in employee training, and forming partnerships with technology companies or educational institutions. For the government sector, it is suggested to develop specific AI support policies and promote AI curriculum development in collaboration with educational institutions and the private sector. This research contributes significantly to filling the knowledge gap regarding the adaptation of small businesses in the AI era within the context of Songkhla province. The research results can be applied to formulate appropriate policies and support measures to enhance the competitiveness of small businesses in the digital economy era.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Small Businesses, Business Adaptation, 7S McKinsey Model, Songkhla Province

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (Brynjolfsson and McAfee, 2017: 3-11) การปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจในยุคดิจิทัล AI ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูล และการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ จากรายงาน

ของ World Economic Forum (2020) พบว่า ภายในปี 2025 เทคโนโลยี AI จะสร้างงานใหม่ประมาณ 97 ล้านตำแหน่งทั่วโลก ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้งานบางประเภทหายไปประมาณ 85 ล้านตำแหน่ง สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในตลาดแรงงานและโครงสร้างของธุรกิจ

ในประเทศไทย ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 99.5 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศ และสร้างการจ้างงานกว่าร้อยละ 69.5 ของการจ้างงานทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการขนาดเล็กในไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลและ AI การศึกษาของ Deloitte (2021) ชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจขนาดเล็กที่นำ AI มาใช้มีแนวโน้มที่จะเติบโตเร็วกว่าและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงกว่าธุรกิจที่ไม่ได้ใช้ AI อย่างไรก็ตาม การนำ AI มาใช้ในธุรกิจขนาดเล็กยังคงมีอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ การขาดบุคลากรที่มีทักษะ และความไม่เข้าใจในเทคโนโลยี (Ghobakhloo and Fathi, 2020: 1-30) การปรับตัวของธุรกิจเพื่อรองรับเทคโนโลยี AI ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การนำเทคโนโลยีมาใช้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติขององค์กร ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้กรอบแนวคิด 7S ของ McKinsey (Waterman et al., 1980 : 14-26) ประกอบด้วย Strategy (กลยุทธ์) Structure (โครงสร้าง) Systems (ระบบ) Style (รูปแบบ) Staff (บุคลากร) Skills (ทักษะ) และ Shared Values (ค่านิยมร่วม) การใช้กรอบแนวคิดนี้ช่วยให้เข้าใจการปรับตัวขององค์กรได้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบ กล่าวคือ ด้านกลยุทธ์ (Strategy) ผู้ประกอบการขนาดเล็กจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับยุค AI โดยอาจมุ่งเน้นการใช้ข้อมูลเชิงลึกจาก AI เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Lee et al., 2019 : 44) ด้านโครงสร้าง (Structure) องค์กรอาจต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อรองรับการทำงานร่วมกับ AI และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว (Bughin et al., 2018 : 61-75) ซึ่งอาจรวมถึงการสร้างทีมหรือตำแหน่งงานใหม่ที่รับผิดชอบด้าน AI โดยตรง ในส่วนของระบบ (Systems) ธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลและกระบวนการทำงานให้รองรับการใช้งาน AI ซึ่งอาจรวมถึงการนำระบบ Cloud Computing มาใช้ หรือการพัฒนาระบบ Big Data เพื่อรองรับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Ransbotham et al., 2017) รูปแบบการบริหาร (Style) ของผู้นำองค์กรก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน โดยผู้นำจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์และความเข้าใจในเทคโนโลยี AI รวมถึงสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง (Fountain et al., 2019 : 62-73) ด้านบุคลากร (Staff) และทักษะ (Skills) เป็นอีกสองปัจจัยสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้าน AI และดิจิทัลให้กับพนักงานทุกระดับ รวมถึงอาจต้องสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้าน AI เพิ่มเติม (Acemoglu and Restrepo, 2018) สุดท้าย ค่านิยมร่วม (Shared Values) องค์กรควรส่งเสริมการเรียนรู้

ตลอดชีวิต การปรับตัวต่อเทคโนโลยี และการใช้ AI อย่างมีจริยธรรม เพื่อสร้างความไว้วางใจจากลูกค้าและสังคม (Siau and Wang, 2020 : 74-87)

อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในยุค AI ยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี จากการศึกษาของ OECD (2021) พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีการนำ AI มาใช้น้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ โดยในกลุ่มประเทศ OECD มีเพียงร้อยละ 12 ของธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ AI เทียบกับร้อยละ 55 ของบริษัทขนาดใหญ่ ในบริบทของประเทศไทย แม้ว่าจะมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ แต่การนำ AI มาใช้ในธุรกิจขนาดเล็กยังอยู่ในระดับต่ำ จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) พบว่า มีเพียงร้อยละ 5.8 ของ SMEs ในไทยที่มีการใช้ AI ในธุรกิจ สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาและส่งเสริมการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในยุค AI อย่างเร่งด่วน

จากปัญหาการปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กไทยมีการใช้ AI เพียงร้อยละ 5.8 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศ OECD ที่มีการใช้ AI ร้อยละ 12 สะท้อนถึงช่องว่างในการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี AI ประกอบด้วย: ข้อจำกัดด้านงบประมาณในการลงทุน การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้าน AI และความไม่เข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ปัญหาการปรับเปลี่ยนองค์กรในหลายมิติตามกรอบ 7S McKinsey: การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุค AI การปรับโครงสร้างองค์กรให้ยืดหยุ่น การพัฒนาระบบและกระบวนการทำงาน การปรับรูปแบบการบริหารจัดการ การพัฒนากระทบต่อธุรกิจ จากการคาดการณ์ว่าภายในปี 2025 AI จะสร้างงานใหม่ 97 ล้านตำแหน่ง แต่จะทำให้งานบางประเภทหายไป 85 ล้านตำแหน่ง ธุรกิจจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยเรื่อง "การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์" จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบัน วิเคราะห์กระบวนการปรับตัว และระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคในการปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กในยุค AI ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ และต่อหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดนโยบายสนับสนุนที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดเล็กในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์โดยใช้กรอบแนวคิด 7S McKinsey Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

ระเบียบวิธีวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยพิจารณาโดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 3 ปี และสามารถที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในอนาคตในยุคปัญญาประดิษฐ์ มาใช้ในกระบวนการทำงาน ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และมีความเต็มใจในการให้ข้อมูลและเข้าร่วมการวิจัย ซึ่งเมื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คน พบว่าข้อมูลมีความอึดตัว คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนมีการให้ข้อมูลในลักษณะคล้ายคลึงไปในทิศทางเดียวกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือวิจัยเกิดจากกระบวนการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์โดยใช้กรอบแนวคิด 7S McKinsey Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบตัวต่อตัวกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบสัมภาษณ์มีประเด็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา และการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์ แบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญและข้อคำถามมีคะแนน IOC อยู่ในช่วง 0.67-1.00 ถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงดำเนินการบันทึกข้อมูลที่ได้รับด้วยการจดบันทึก การทบทวนข้อมูลคำตอบในการสัมภาษณ์และตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อนำมาเรียบเรียงเป็นผลการวิจัย มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1-30 สิงหาคม 2567

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยมีขั้นตอนดังนี้

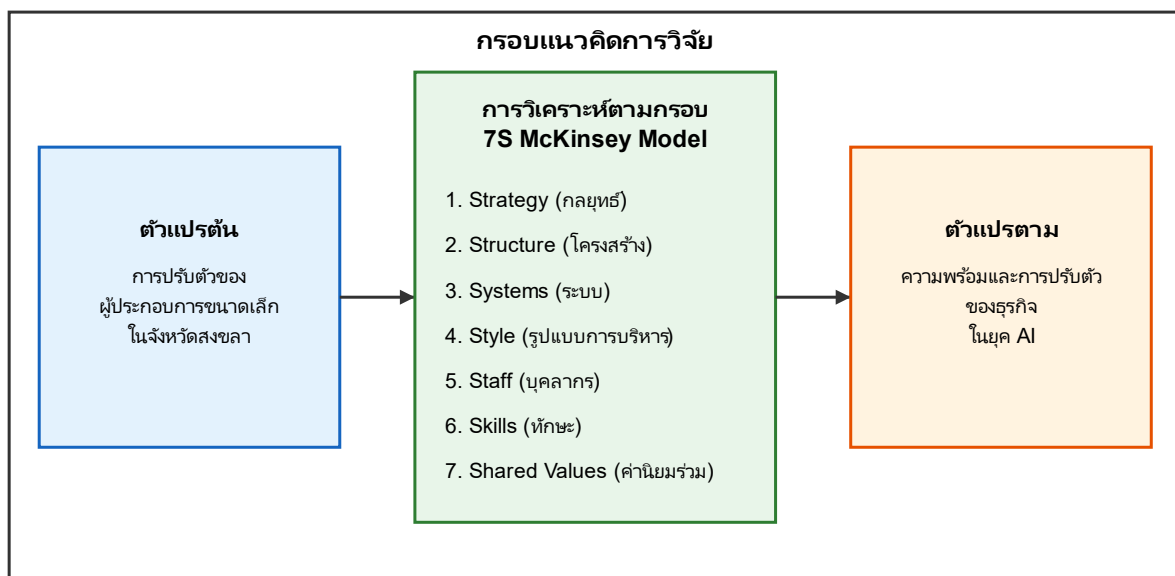
1. นัดวันสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง
2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบันทึกข้อมูล คือ แบบบันทึกการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียงและภาพ
3. พบกลุ่มตัวอย่าง ขออนุญาตบันทึกเสียงและภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์
4. เมื่อจบการสัมภาษณ์ มีการรับประทานอาหารร่วมกันและมอบของที่ระลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) มาถอดบทแบบคำต่อคำ (Word by Word) และอ่านบทสัมภาษณ์หลายๆ ครั้งเพื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ จากนั้นใช้วิธีการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) คือ การจัดกลุ่มประเภทข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่โดย

อาศัยการจัดกลุ่ม โดยอิงทฤษฎี เพื่อให้มองภาพรวมของข้อมูลได้ชัดเจนมากขึ้น และเพื่อป้องกันข้อมูลตกหล่นระหว่างที่จัดกลุ่มข้อมูล และใช้การจำแนกโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอธิบายตีความหมาย หาความหมายเชิงสาเหตุของข้อมูล โดยคำนึงถึงความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูล โดยไม่ใช่ความคิดเห็นของผู้วิจัย หรือสรุปตามความเห็นของผู้วิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดระเบียบข้อมูลให้อยู่ในลักษณะของการพร้อมใช้ โดยมุ่งเน้นไปที่การตีความและหาข้อสรุป และการตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมมากน้อยเพียงใด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลและจัดประเด็นจากการตีความแล้ว ได้ข้อมูลที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันโดยมีความต่างไปจากเดิมมากน้อยเพียงใด (Joungtrakul & Ferry, 2021)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา

วิเคราะห์ภาพรวมของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 12 ราย ซึ่งมีความหลากหลายในภาคธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีอายุธุรกิจตั้งแต่ 3 ถึง 38 ปี เฉลี่ยประมาณ 15 ปี ทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 หรือ 5 ล้านบาท ครอบคลุมหลายประเภทธุรกิจ เช่น ค้าปลีก/ค้าส่ง, การผลิต, วิศวกรรม, อสังหาริมทรัพย์, บริการ, รับเหมา, และอาหารและบริการ ซึ่งมีขนาดองค์กร ส่วนใหญ่มีพนักงาน 11-50 คน ที่น่าสนใจคือการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในธุรกิจ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ใน

ธุรกิจอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้ chatbot ธุรกิจที่อายุน้อยกว่ามีแนวโน้มที่จะปรับตัวและใช้เทคโนโลยี AI มากกว่า แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของภาคธุรกิจในยุคดิจิทัล ตามรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	ระยะเวลา ดำเนิน ธุรกิจ (ปี)	ทุนจ ดทะเบียน (ล้านบาท)	ประเภท ธุรกิจ	จำนวน พนักงาน	เครื่องมือ AI ที่ใช้	ระบบ AI ที่ใช้
1	ผู้ประกอบการ 1	6	1 ล้านบาท	ค้าปลีก/ ค้าส่ง	1-10 คน	Data Analytics	Google AI
2	ผู้ประกอบการ 2	26	5 ล้านบาท	การผลิต	11-50 คน	ไม่ได้ใช้	ไม่ได้ใช้
3	ผู้ประกอบการ 3	38	5 ล้านบาท	วิศวกร ม	11-50 คน	Chatbots, Data Analytics	ChatGPT, Google AI, Claude/M idjourney
4	ผู้ประกอบการ 4	19	1 ล้านบาท	อสังหาริ มทรัพย์	11-50 คน	Data Analytics	ChatGPT
5	ผู้ประกอบการ 5	13	5 ล้านบาท	ค้าปลีก/ ค้าส่ง	11-50 คน	Chatbots, Data Analytics	ChatGPT, Google AI, CapCut, Gemini
6	ผู้ประกอบการ 6	11	5 ล้านบาท	บริการ	11-50 คน	Image Recognition	CapCut
7	ผู้ประกอบการ 7	5	1 ล้านบาท	การผลิต	11-50 คน	Data Analytics	ChatGPT
8	ผู้ประกอบการ 8	29	1 ล้านบาท	รับเหมา	11-50 คน	ไม่ได้ใช้	ChatGPT
9	ผู้ประกอบการ 9	8	5 ล้าน บาท	บริการ	11-50 คน	Chatbots	CapCut
10	ผู้ประกอบการ 10	3	5 ล้าน บาท	อาหาร และ บริการ	11-50 คน	Data Analytics, Recommenda tion Systems, NLP	ChatGPT, Google AI, CapCut

11	ผู้ประกอบการ 11	3	1 ล้านบาท	บริการ	1-10 คน	Chatbots, Data Analytics, Recommendation Systems, NLP, AI sound/video	ChatGPT, Google AI, CapCut, อื่นๆ
12	ผู้ประกอบการ 12	20	5 ล้านบาท	ค้าปลีก/ ค้าส่ง	1-10 คน	Data Analytics	Google AI

การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์

ผู้ประกอบการที่ 1 เป็นธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่งที่ก่อตั้งเมื่อ 6 ปีที่แล้ว แม้จะเป็นบริษัทใหม่ แต่ก็เริ่มใช้ Google AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตื่นตัวในการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างในด้านการพัฒนาบุคลากรและการปรับโครงสร้างองค์กร ซึ่งอาจเป็นความท้าทายในอนาคต ความไม่แน่ใจเกี่ยวกับความพร้อมในการรับมือกับ AI สะท้อนถึงความจำเป็นในการวางแผนระยะยาวและการประเมินผลกระทบของ AI ต่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการที่ 2 เป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ยาวนาน 26 ปีในภาคการผลิต แม้จะเป็นบริษัทขนาดใหญ่กว่า แต่กลับยังไม่ได้นำ AI มาใช้ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความท้าทายในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ การที่ผู้บริหารเข้ารับการอบรมเรื่อง AI แสดงให้เห็นถึงความตระหนักในระดับผู้นำ แต่ยังไม่ได้ถ่ายทอดสู่ระดับปฏิบัติการ ความไม่พร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นอุปสรรคสำคัญในการแข่งขันในอนาคต

ผู้ประกอบการที่ 3 เป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ยาวนานที่สุดในกลุ่ม (38 ปี) ในภาควิศวกรรม มีการใช้ AI หลากหลายรูปแบบ ทั้ง Chatbots, ChatGPT, Google AI และ Claude/Midjourney ซึ่งแสดงถึงความก้าวหน้าในการนำเทคโนโลยีมาใช้ การปรับโครงสร้างองค์กรและการจัดอบรมภายในแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม การที่ยังไม่ค่อยพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจาก AI อาจสะท้อนถึงความซับซ้อนในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในองค์กรที่มีประวัติยาวนาน

ผู้ประกอบการที่ 4 เป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีพนักงานจำนวนมาก (11-50 คน) แม้จะมีทุนจดทะเบียนไม่สูงนัก การใช้ ChatGPT ในหลายด้านของธุรกิจแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการนำ AI มาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง การส่งพนักงานไปอบรมภายนอกอาจเป็นกลยุทธ์ที่ดีในการเพิ่มทักษะให้กับบุคลากร ความไม่พร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจาก AI อาจเกิดจากความท้าทายในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อาจยังพึ่งพาวิธีการแบบดั้งเดิม

ผู้ประกอบการที่ 5 เป็นธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่งที่มีการใช้ AI อย่างหลากหลายและก้าวหน้าที่สุดในกลุ่ม การใช้เครื่องมือ AI หลากหลาย ทั้ง Chatbots, ChatGPT, Google AI, CapCut และ Gemini แสดงให้เห็นถึงความกล้าในการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีการจัดอบรมภายในองค์กรและความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับนวัตกรรม ผู้ประกอบการนี้อาจเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับธุรกิจขนาดเล็กอื่นๆ ในการนำ AI มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการที่ 6 เป็นบริษัทบริการที่มีการใช้ AI เฉพาะทาง (CapCut สำหรับการออกแบบรูปภาพ) การมุ่งเน้นการใช้ AI ในด้านการตลาดอาจสะท้อนถึงความสำคัญของภาพลักษณ์และการนำเสนอในธุรกิจบริการ แม้จะมีการจัดอบรมภายในองค์กร แต่การที่ยังไม่ค่อยพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอาจบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการพัฒนาแผนการปรับตัวที่ครอบคลุมมากขึ้น

ผู้ประกอบการที่ 7 เป็นธุรกิจการผลิตที่ก่อตั้งเมื่อ 5 ปีที่แล้ว แต่มีการใช้ ChatGPT ในการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดการสินค้าคงคลัง การส่งพนักงานไปอบรมภายนอกอาจเป็นกลยุทธ์ที่ดีสำหรับบริษัทขนาดเล็กที่อาจไม่มีทรัพยากรในการจัดอบรมภายใน ความไม่พร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นเรื่องปกติสำหรับบริษัทที่เพิ่งก่อตั้ง แต่การมีแผนกลยุทธ์และการพัฒนาบุคลากรแสดงถึงทิศทางที่ดี

ผู้ประกอบการที่ 8 เป็นบริษัทรับเหมาที่มีประสบการณ์ยาวนาน 29 ปี แต่ยังไม่ได้ใช้งาน AI อย่างจริงจัง การมี ChatGPT แต่ยังไม่ได้ใช้งานอาจสะท้อนถึงความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ แต่ยังขาดแนวทางในการนำมาประยุกต์ใช้ การขาดการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรและความไม่แน่ใจในการรับมือกับ AI อาจเป็นความเสี่ยงในการแข่งขันในอนาคต

ผู้ประกอบการที่ 9 เป็นบริษัทบริการด้านความปลอดภัยที่มีการใช้ Chatbots และ CapCut ซึ่งอาจช่วยในการสื่อสารกับลูกค้าและการจัดการข้อมูล การปรับโครงสร้างองค์กรและการส่งพนักงานไปอบรมภายนอกแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนา ความค่อนข้างพร้อมในการรับมือกับ AI สะท้อนถึงทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมที่อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง

ผู้ประกอบการที่ 10 เป็นธุรกิจอาหารและบริการที่ก่อตั้งเพียง 3 ปี แต่มีการใช้ AI อย่างกว้างขวาง ทั้ง Data Analytics, Recommendation Systems และ NLP การปรับโครงสร้างองค์กรและการใช้ AI ในหลายด้านของธุรกิจแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ความค่อนข้างพร้อมในการรับมือกับ AI สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารในการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจอาหารและบริการ

ผู้ประกอบการที่ 11 เป็นธุรกิจบริการที่ก่อตั้งเพียง 3 ปี แต่มีการใช้ AI อย่างหลากหลายและล้ำสมัยที่สุดในกลุ่ม การปรับโครงสร้างองค์กรและการฝึกปฏิบัติจริงทำให้พนักงานมีทักษะ AI สูง สะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการนี้อาจเป็นต้นแบบของ "digital-native" startup ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการที่ 12 เป็นธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่งที่มีประวัติยาวนาน 20 ปี ในอุตสาหกรรมที่อาจดูเหมือนไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่กลับมีการใช้ Data Analytics และ Google AI ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการปรับตัว การจัดอบรมภายในและความค่อนข้างพร้อมในการรับมือกับ AI สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจดั้งเดิม

โดยสรุป ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในการนำ AI มาใช้ในธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา โดยไม่จำเป็นว่าผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่กว่าหรือก่อตั้งมานานกว่าจะมีความก้าวหน้าในการใช้ AI มากกว่าเสมอไป ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำ AI มาใช้ดูเหมือนจะเป็นวัฒนธรรมองค์กร ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร และการลงทุนในการพัฒนาบุคลากร

การวิเคราะห์การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์ตามกรอบ 7S McKinsey Model

1. **Strategy (กลยุทธ์):** ธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาแสดงให้เห็นถึงความตื่นตัวในการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับ AI โดยครึ่งหนึ่งของบริษัทที่สำรวจมีแผนกลยุทธ์ในการนำ AI มาใช้แล้ว ส่วนที่เหลือกำลังอยู่ในขั้นตอนการวางแผน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของ AI ในการขับเคลื่อนธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ยังมีความแตกต่างระหว่างบริษัทในแง่ของความก้าวหน้าในการวางกลยุทธ์ โดยธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มีแนวโน้มที่จะมีกลยุทธ์ AI ที่ชัดเจนกว่า

2. **Structure (โครงสร้าง):** การปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับ AI ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นสำหรับธุรกิจส่วนใหญ่ มีเพียงหนึ่งในสี่ของบริษัทที่ได้ปรับโครงสร้างแล้ว ขณะที่ส่วนใหญ่กำลังวางแผนจะปรับ สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีประวัติยาวนาน การปรับโครงสร้างมักเกี่ยวข้องกับการสร้างทีมหรือตำแหน่งงานใหม่ที่รับผิดชอบด้าน AI โดยตรง

3. **Systems (ระบบ):** การนำ AI มาใช้ในระบบงานมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่เน้นที่การวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดและการขาย และการจัดการสินค้าคงคลัง บางบริษัทยังขยายการใช้งานไปสู่การบริการลูกค้าและการผลิตสินค้า/บริการ แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ AI ในหลายมิติของธุรกิจ น่าสนใจที่แม้แต่ธุรกิจดั้งเดิมอย่างร้านทองก็นำ AI มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตลาด

4. **Shared Values (ค่านิยมร่วม):** ทักษะคติของพนักงานต่อการนำ AI มาใช้อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี โดยมีค่าเฉลี่ยประมาณ 3-4 จาก 5 คะแนน แสดงให้เห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่เปิดรับต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แม้จะยังมีความกังวลอยู่บ้าง ธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มีค่านิยมที่เปิดรับ AI มากกว่า ในขณะที่ธุรกิจดั้งเดิมอาจต้องใช้เวลาในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการนำ AI มาใช้

5. **Style** (รูปแบบการบริหาร): แม้ว่าข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจะมีจำกัด แต่จากการที่หลายบริษัทมีแผนกลยุทธ์และกำลังวางแผนปรับโครงสร้าง แสดงให้เห็นถึงการบริหารงานที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการปรับตัว ผู้บริหารของบางบริษัทแสดงความกล้าในการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งส่งผลต่อการนำ AI มาใช้ในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

6. **Staff** (บุคลากร): บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้าน AI โดยมีการจัดอบรมภายในองค์กรหรือส่งพนักงานไปอบรมภายนอก อย่างไรก็ตาม ยังมีบางบริษัทที่ยังไม่ได้เตรียมการในด้านนี้ ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงในอนาคต น่าสนใจที่บางบริษัทใช้วิธีการเรียนรู้แบบ "ลงมือทำ" (learning by doing) ซึ่งช่วยให้พนักงานมีทักษะ AI สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

7. **Skills** (ทักษะ): ทักษะด้าน AI ของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็มีบางบริษัทที่รายงานว่าพนักงานยังไม่มีทักษะด้านนี้เลย แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ธุรกิจที่เน้นการใช้ AI มากมักมีพนักงานที่มีทักษะสูงกว่า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการเลือกจ้างพนักงานที่มีทักษะด้านนี้ตั้งแต่ต้น

สรุปผลการวิจัยตามกรอบ 7S McKinsey Model แสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา กำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับตัวสู่ยุค AI โดยมีความก้าวหน้าที่แตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบ การพัฒนาอย่างสมดุลในทุกด้านของ 7S McKinsey Model จะเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล ที่น่าสนใจคือ ธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มักมีความยืดหยุ่นและพร้อมรับ AI มากกว่า ในขณะที่ธุรกิจที่มีดำเนินการมายาวนานอาจมีความท้าทายในการปรับตัวมากกว่า แต่ก็มีตัวอย่างของธุรกิจดั้งเดิมที่สามารถนำ AI มาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นว่าการปรับตัวสู่ยุค AI เป็นไปได้สำหรับทุกธุรกิจ หากมีวิสัยทัศน์และการวางแผนที่ดี

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์โดยใช้กรอบแนวคิด 7S McKinsey Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ พบว่า ด้านกลยุทธ์ ผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีแผนกลยุทธ์ AI แล้ว ซึ่งแสดงถึงความตระหนักและให้ความสำคัญที่จะนำ AI มาช่วยพัฒนาธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ยังมีความแตกต่างแต่ละบริษัท โดยธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มักมีกลยุทธ์ AI ที่ชัดเจนกว่า สอดคล้องกับงานของ Lee et al. (2019 : 44) ที่พบว่าบริษัท startup มักมีความยืดหยุ่นในการปรับใช้เทคโนโลยีใหม่มากกว่า ด้านโครงสร้าง การปรับโครงสร้างองค์กรของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาเพื่อรองรับ AI ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น สอดคล้องกับงานของ Fountaine et al. (2019 : 62-73) ที่ระบุว่าการปรับโครงสร้างองค์กรเป็นหนึ่งในความท้าทายหลักในการนำ AI มาใช้ในองค์กร โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีประวัติยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Waterman et al. (1980 : 14-26) ที่ว่าโครงสร้างองค์กรต้องสอดคล้อง

กับกลยุทธ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และผู้เชี่ยวชาญด้าน AI ที่จะมาช่วยเลือกเครื่องมือให้เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆยังมีน้อย ด้านระบบ การนำ AI มาใช้ในระบบงานมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่เน้นที่การวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด และการจัดการสินค้าคงคลัง สอดคล้องกับงานของ Davenport และ Ronanki (2018 : 108-116) ที่ระบุว่า AI สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้หลายมิติของธุรกิจ แต่มักเริ่มจากงานที่เห็นผลเร็วและวัดผลได้ชัดเจน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเลือกเครื่องมือฟรี มาช่วยงานด้านการออกแบบสื่อออนไลน์ และทดแทนงานที่ทำซ้ำๆเช่น Chatbot มาใช้การตอบลูกค้าในคำถามซ้ำๆแบบอัตโนมัติ ด้านค่านิยมร่วม ทักษะคิของพนักงานต่อ AI อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี สอดคล้องกับงานของ Ransbotham et al. (2017) ที่พบว่าการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับ AI เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการนำ AI มาใช้ ธุรกิจที่ก่อตั้งใหม่มักมีค่านิยมที่เปิดรับ AI มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ghobakhloo และ Fathi (2020 : 1-30) เกี่ยวกับความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรในการขับเคลื่อนนวัตกรรม พนักงานของผู้ประกอบการในสงขลาส่วนใหญ่ตอบรับการใช้ AI เพราะสามารถช่วยงานเขาให้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ด้านรูปแบบการบริหาร ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีแผนกลยุทธ์และกำลังวางแผนปรับโครงสร้าง แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการบริหารที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม สอดคล้องกับงานของ Bughin et al. (2018 : 61-75) ที่เน้นย้ำความสำคัญของภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ด้านบุคลากร การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้าน AI สอดคล้องกับงานของ OECD (2021) ที่ระบุว่า การพัฒนาทักษะดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับตัวของ SMEs ในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ยังมีบางบริษัทที่ยังไม่ได้เตรียมการในด้านนี้ ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงที่ทำให้ประสิทธิภาพการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่พัฒนาบุคลากรด้าน AI ด้านทักษะ ทักษะด้าน AI ของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานของ Zhang et al. (2022 : 174) ที่พบว่า SMEs มักเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาทักษะด้าน AI ของพนักงาน ธุรกิจที่เน้นการใช้ AI มากมักมีพนักงานที่มีทักษะสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Acemoglu และ Restrepo (2018) เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในยุค AI ความท้าทายหลักของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา คือ การขาดความรู้และทักษะที่จำเป็น ข้อจำกัดด้านงบประมาณ และความไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลตอบแทนจากการลงทุนใน AI

ผลการวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับสถานะปัจจุบันและความท้าทายในการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะ การเข้าถึงเทคโนโลยี และการปรับโครงสร้างองค์กรจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดเล็กในยุคปัญญาประดิษฐ์ ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนานโยบายสนับสนุนที่ครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของแต่ละภาคธุรกิจ เพื่อลดช่องว่างทางเทคโนโลยีและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลาในยุคปัญญาประดิษฐ์ สามารถสรุปองค์ความรู้ที่ได้เป็นโมเดลการวิจัย จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบแบบองค์รวม ทำให้การปรับตัวสู่ AI มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น จึงเกิดเป็น SMART Model



ภาพที่ 2 โมเดลการปรับตัวสู่ AI ของธุรกิจขนาดเล็ก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กควรตระหนักและให้ความสำคัญกับให้ความรู้ด้าน AI แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กควรเริ่มวางแผนปรับโครงสร้างองค์กรให้รองรับการทำงานร่วมกับ AI

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อดูพัฒนาการของการปรับตัวและการใช้ AI ของผู้ประกอบการขนาดเล็กตลอดช่วงเวลาหนึ่ง จะช่วยขยายขอบเขตความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กในยุค AI ได้มากขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมผลกระทบของ AI ต่อแต่ละอุตสาหกรรมในเชิงลึก เพื่อนำมาพัฒนาและเลือก General AI ให้เหมาะสมกับอุตสาหกรรมนั้นๆ

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2564. Resource/publications/Value-of-e-Commerce-Survey-in-Thailand-2019. aspx

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564. สืบค้นจาก <https://bds.sme.go.th/Knowledge/Detail/2>

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2018). *Artificial intelligence, automation and work*. National Bureau of Economic Research.

AI for SMEs Association. (2024). รายงานสถานการณ์การใช้ AI ในธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศไทย ประจำปี 2024. AI for SMEs Association.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *The business of artificial intelligence*. Harvard Business Review, 7, 3-11.

Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M., & Willmott, P. (2018). Why digital strategies fail. *McKinsey Quarterly*, 1 (1), 61-75.

Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, 96 (1), 108-116.

Deloitte. (2024). *State of Generative AI in the Enterprise*. สืบค้นจาก <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/artificial-intelligence/state-of-generative-ai-in-the-enterprise.html>

Fountain, T., McCarthy, B., & Saleh, T. (2019). Building the AI-powered organization. *Harvard Business Review*, 97 (4), 62-73.

- Ghobakhloo, M., & Fathi, M. (2020). Corporate survival in Industry 4.0 era: The enabling role of lean-digitized manufacturing. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31 (1), 1-30. <https://doi.org/10.1108/JMTM-11-2018-0417>
- Joungtrakul, J., & Ferry, K. N. (2021). Data management in qualitative research. *Research Community and Social Development Journal*, 15 (2), 1–12.
- Lee, J., Suh, T., Roy, D., & Baucus, M. (2019). Emerging technology and business model innovation: The case of artificial intelligence. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (3), 44.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship.
- Ransbotham, S., Kiron, D., Gerbert, P., & Reeves, M. (2017). *Reshaping business with artificial intelligence: Closing the gap between ambition and action*. MIT Sloan Management Review, 59 (1). [https://webassets.bcg.com/imgsrc/Reshaping %20Business%20with%20Artificial%20Intelligence_tcm9-177882.pdf](https://webassets.bcg.com/imgsrc/Reshaping%20Business%20with%20Artificial%20Intelligence_tcm9-177882.pdf)
- Siau, K., & Wang, W. (2020). Artificial intelligence (AI) ethics: Ethics of AI and ethical AI. *Journal of Database Management*, 31 (2), 74-87.
- Waterman, R. H., Peters, T. J., & Phillips, J. R. (1980). Structure is not organization. *Business Horizons*, 23 (3), 14-26.
- World Economic Forum. (2023). *Unlocking AI's Potential for Small Businesses: A Global Perspective*.
- Zhang, Y., Li, J., & Chen, X. (2022). *AI adoption in SMEs: A cross-industry analysis*. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121280.