

กลยุทธ์การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการมืออาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

Strategies for Leveraging Artificial Intelligence (AI) to Enhance Business Operations for Professional Entrepreneurs in the Digital Economy Era

พงษ์ศักดิ์ ฅกามาศ¹, ปรางทิพย์ เสยกระโทก^{2*}, ภิญญา สุขวิวัฒน์³,
วันนารี สุวรรณกลา⁴, ลดาวรรณ สุระนารกุล⁵, ปิยะรัตน์ อนงค์ไชย⁶

Phongsak Phakamach¹, Prangthip Soeykrathoke^{2*},

Pinya Sukwiphat³, Vantanaree Suwanklang⁴,

Ladawan Suranarakul⁵, Piyarat Anongchai⁶

วิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรคนานาชาติรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์¹

วิทยาลัยราชพูนม มหาวิทยาลัยนครพนม^{2*,3,4,5}

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม⁶

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการสังเคราะห์กลยุทธ์ของการนำ AI มาใช้เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการมืออาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล หัวใจสำคัญของการใช้ AI จะเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการที่จำเป็นสำหรับการอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน บทความกล่าวถึงบทบาทของ AI ในการสร้างการเติบโตผ่าน 5 มิติหลัก ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพและการลดต้นทุน การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การยกระดับประสบการณ์ลูกค้า การสร้างสรรค์นวัตกรรม และการขยายขนาดธุรกิจ 5 กลยุทธ์หลักในการใช้ AI ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การใช้ AI เพื่อขับเคลื่อนการตัดสินใจ การใช้ AI เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า การใช้ AI เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม และการใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรบุคคล อีกทั้งมีการนำเสนอ 10 กรณีศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการนำ AI มาประยุกต์ใช้จริงทั้งในการเพิ่มยอดขาย ลดต้นทุน และสร้างสรรค์นวัตกรรม อย่างไรก็ตาม การนำ AI มาใช้ก็มาพร้อมกับความท้าทาย เช่น คุณภาพข้อมูล การขาดแคลนบุคลากร ต้นทุนลงทุนสูง และประเด็นจริยธรรม/ความปลอดภัย ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการคือ ให้เริ่มต้นด้วยการระบุ “มูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ” ที่ AI จะสร้างให้ธุรกิจ สร้างรากฐานข้อมูลที่แข็งแกร่ง ลงทุนในบุคลากรและวัฒนธรรมที่เปิดรับ AI เลือกใช้ AI ที่เหมาะสม เริ่มต้นด้วยโครงการนำร่องเล็ก ๆ และวัดผลสม่ำเสมอ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบ สรุปได้ว่า การใช้ AI อย่างมีกลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนและนำพาธุรกิจสู่ความสำเร็จในอนาคตที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี

คำสำคัญ : ปัญญาประดิษฐ์ กลยุทธ์ธุรกิจ ผู้ประกอบการมืออาชีพ ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

*Corresponding Author อีเมล prangthip@npu.ac.th

Abstract

This article explores strategic approaches to leveraging AI to drive growth and competitiveness for professional entrepreneurs in the digital economy. The core of AI adoption represents a necessary paradigm shift for survival and sustainable growth. The article explains AI's critical role in generating growth across five key dimensions: enhancing efficiency and reducing costs, data-driven decision-making, elevating customer experience, fostering innovation, and business scalability. Five primary AI strategies are presented: operational efficiency enhancement, AI-driven decision-making, AI for elevated customer experience, AI for innovation, and AI for human resource optimization. Additionally, 10 case studies from various industries are showcased to demonstrate tangible success in applying AI in real-world businesses, including increasing sales, reducing costs, and fostering innovation. However, AI implementation also comes with significant challenges, such as data quality, talent shortages, high investment costs, and ethical/security concerns. Recommendations for entrepreneurs include starting by identifying the "value" AI can create for their business, building a strong data foundation, investing in personnel and an AI-receptive culture, selecting appropriate AI solutions, beginning with small pilot projects, and consistently measuring results. It also emphasizes building collaborative networks and considering ethics and responsibility. In summary, strategic AI adoption is the paramount factor for professional entrepreneurs to build a sustainable competitive advantage and lead their businesses to success in a technology-driven future.

Keywords: Artificial Intelligence, Business Strategy, Professional Entrepreneurs, Digital Economy

ส่วนบทนำ

ในศตวรรษที่ 21 ที่ผ่านมา โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคที่เศรษฐกิจดิจิทัลเป็นพลังขับเคลื่อนหลัก ซึ่งเป็นผลพวงจากการปฏิวัติทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางธุรกิจอย่างสิ้นเชิง (Marshall et al., 2024) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) หมายถึง ความสามารถของเครื่องจักรในการเลียนแบบความสามารถในการคิดวิเคราะห์ เรียนรู้ และตัดสินใจของมนุษย์ ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพลิกโฉมวิถีการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน การสร้างสรรค์นวัตกรรม หรือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบใหม่ ๆ

ผู้ประกอบการมืออาชีพ (Professional Entrepreneurs) ของธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) และสตาร์ทอัพ (Startup) ที่มีประสบการณ์ ทักษะ ความทุ่มเท และมุ่งการเติบโตรวมทั้งต้องการความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน จึงไม่อาจละเลยการบูรณาการ AI เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อีกต่อไป (Nazir et al., 2025) ดังนั้นการทำความเข้าใจและนำ AI มาใช้อย่างชาญฉลาดไม่เพียงแต่จะช่วยให้สามารถรับมือกับความท้าทาย แต่ยังเป็นโอกาสในการปลดล็อกศักยภาพใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนในอดีต ทำให้ธุรกิจสามารถขยายขีดความสามารถและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างก้าวกระโดด (Upadhyay et al., 2023; Güner Gültekin et al., 2025)

ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอัตราที่เหนือกว่ายุคใด ๆ ที่ผ่านมา แรงผลักดันจากเทคโนโลยีคลาวด์ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และปริมาณข้อมูลที่เพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ (Big Data) (Phakamach et al., 2023) ซึ่งถูกสร้างขึ้นทุกวินาทีจากกิจกรรมออนไลน์ การทำธุรกรรม และอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้สร้างสนามแข่งขันใหม่ที่ผู้เล่นทุกรายจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้น AI จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือทรงพลังที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประมวลผลข้อมูลมหาศาลนี้ให้กลายเป็นข้อมูลเชิงลึกที่นำไปสู่การตัดสินใจทางธุรกิจที่ดีขึ้นและแม่นยำยิ่งขึ้น ด้วยความสามารถในการเรียนรู้รูปแบบจากข้อมูล (ML), การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP), และการมองเห็นของคอมพิวเตอร์ AI สามารถช่วยให้ธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในระดับปัจเจกบุคคลได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น สามารถพยากรณ์แนวโน้มตลาดได้อย่างแม่นยำมากขึ้น และยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ไปจนถึงการยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าผ่านระบบอัตโนมัติอัจฉริยะ ด้วยเหตุนี้ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อใช้ AI จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการมืออาชีพต้องให้ความสำคัญสูงสุด เพื่อสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนและเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตอันใกล้ (Doe & Hinson, 2024; Marshall et al., 2024; Jobstreibizer et al., 2025)

การปรับตัวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงการนำเทคโนโลยีมาใช้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการปรับเปลี่ยนนิสัยทัศน์ กระบวนทัศน์ และวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง (Phakamach et al., 2023) AI ไม่ได้เป็นเพียงแค่ “เครื่องมือ” แต่เป็น “ขุมทรัพย์” ที่ช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ไม่เคยมีมาก่อน ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่ม การพัฒนาบริการส่วนบุคคลที่สร้างความผูกพันกับลูกค้า ไปจนถึงการปรับปรุงกระบวนการภายในให้โปร่งใสและมีประสิทธิภาพสูงสุด (Kumar & Ratten, 2025) เช่น ระบบ AI สามารถวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าจำนวนมหาศาลเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะซื้อสินค้าบางประเภท นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจผ่านช่องทางที่เหมาะสม หรือแม้แต่สร้างแคมเปญการตลาดที่ปรับแต่งได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้การขยายตัวสูงขึ้นและสร้างยอดขายได้อย่างก้าวกระโดด นอกจากนี้ AI ยังสามารถช่วยในการบริหารความเสี่ยง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อตรวจจบบริการฉ้อโกง หรือประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำกว่าการวิเคราะห์ด้วยมนุษย์เพียงอย่างเดียว ความสามารถในการเรียนรู้และปรับตัวเองอย่างต่อเนื่องของ AI ทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและ

ตอบสนองต่อพลวัตของตลาดได้อย่างยืดหยุ่น นี่คือการศึกษากายภาพที่ AI มอบให้กับผู้ประกอบการมืออาชีพ เพื่อให้สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดเดิม ๆ และสร้างอนาคตที่สดใสยิ่งขึ้น (Iaia et al., 2024)

วัตถุประสงค์ของบทความนี้คือการนำเสนอบทวิเคราะห์แนวคิด (Conceptual Paper) โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบโดยสรุปเนื้อหาจากบทความวิจัยและบทความวิชาการที่น่าเชื่อถือมากกว่า 20 รายการ ในฐานข้อมูลวิชาการนานาชาติ ซึ่งแสดงภาพรวมของกลยุทธ์ที่สำคัญในการประยุกต์ใช้ AI เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยจะครอบคลุมถึงแนวทางหลักที่ AI สามารถเข้าไปยกระดับการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ยังยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จจากการนำ AI มาใช้จริงในภาคธุรกิจต่าง ๆ เช่น การค้าปลีก โลจิสติกส์ ความบันเทิง และการเงิน เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมและเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการพิจารณาถึงโอกาสในการนำ AI มาปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง ดังนั้นการทำความเข้าใจกลยุทธ์เหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและนำ AI มาใช้ได้อย่างมีวิสัยทัศน์ ก้าวข้ามความท้าทาย และนำพาสู่การเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนในยุคที่เทคโนโลยีเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการไม่เพียงแต่รอดพ้นจากกระแสการเปลี่ยนแปลง แต่ยังสามารถเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์อนาคตแบบใหม่ ๆ ของธุรกิจได้อย่างแท้จริง และนำไปสู่ความยั่งยืนในลำดับถัดไป

ส่วนเนื้อหา

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การประยุกต์ใช้ AI เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมืออาชีพนั้น มีรากฐานมาจากแนวคิดและทฤษฎีสำคัญหลายประการที่ช่วยอธิบายถึงการยอมรับ การนำไปใช้ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้องอย่างยิ่งคือ TOE Framework ซึ่งนำมาใช้โดย Kulkov (2023) และ Isiahu and Adalier (2025) ทฤษฎีนี้อธิบายว่าการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีขององค์กรได้รับอิทธิพลจากปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยี องค์กร และสิ่งแวดล้อม การศึกษาพบว่าความพร้อมของเทคโนโลยี ความเข้ากันได้ของ AI กับระบบงานเดิม การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความต้องการของลูกค้า และแรงกดดันจากตลาด ล้วนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการนำ AI มาใช้และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (Nevi et al., 2025) นอกจากนี้ ทฤษฎี Resource-Based View (RBV) ยังเข้ามาเสริมว่า AI สามารถเป็นทรัพยากรที่มีค่าและหาได้ยาก ซึ่งช่วยให้องค์กรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ (Doe & Hinson, 2024; Alkalha et al., 2025) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ AI ทำงานร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลเสริมอื่น ๆ เช่น IoT และ BDA ซึ่งช่วยเสริมสร้างการเติบโตของรายได้ (Kumar & Ratten, 2025)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ AI ในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ ให้ประสบความสำเร็จพบว่า AI ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในหลากหลายมิติของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์เชิงระบบโดย Kárpáti and Szüle (2025) ชี้ให้เห็นว่า AI มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในความคิดริเริ่มทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Generative AI (GAI) ที่ช่วยในการจัดการข้อมูลจำนวนมากและสร้างรูปแบบที่ซับซ้อน ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่มีข้อมูลและทันเวลามากขึ้น นอกจากนี้ Ossa-Cardona (2025) และ Tuncalp (2025) ได้เน้นย้ำถึงบทบาทของ AI ในการระบุ วิเคราะห์ และใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเป็นรากฐานของการสร้างนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาหลายชิ้นยังชี้ให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ AI ในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุนผ่านระบบอัตโนมัติและระบบอัจฉริยะ (Alkalha et al., 2025; Ossa-Cardona, 2025) รวมถึงการยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Abdulmuhsin et al., 2025; Khedr et al., 2025) โดย AI ช่วยให้ธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือเนื้อหาที่ปรับให้เข้ากับความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้าแต่ละรายได้ ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจ (Guida et al., 2023; Zebec & Indihar Štemberger, 2024; Gupta, 2025)

อย่างไรก็ตาม การนำ AI มาใช้ก็ไม่ได้ปราศจากความท้าทาย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญหลายประการที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ ได้แก่ ความกังวลด้านจริยธรรม การถูกแย่งงาน (Job Displacement) ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) และประเด็นเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Upadhyay et al., 2023; Alkalha et al., 2025) นอกจากนี้ การลงทุนเริ่มต้นที่สูง การจัดการข้อมูลที่มีคุณภาพ และการพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สอดคล้องกับการใช้ AI ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ (Khedr et al., 2025; Nevi et al., 2025) เพื่อให้การบูรณาการ AI เป็นไปอย่างประสบความสำเร็จ องค์กรไม่เพียงแต่ต้องมีความพร้อมทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังคงมีการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงและวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และสามารถจัดการกับความซับซ้อนและความไม่แน่นอนที่มาพร้อมกับการนำ AI มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kárpáti & Szüle, 2025) การเรียนรู้จากกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จและการใช้แนวทางเชิงรุกในการรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการมืออาชีพสามารถใช้ AI เป็นกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Guida et al., 2023; Upadhyay et al., 2023; Kumar & Ratten, 2025; Gupta, 2025; Jobstreibizer et al., 2025)

บทบาทของ AI กับกลยุทธ์การสร้างการเติบโตทางธุรกิจด้วยการใช้เครื่องมือ AI

การใช้เครื่องมือ AI อย่างมีกลยุทธ์ช่วยให้ธุรกิจสามารถปลดล็อกศักยภาพใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน ตั้งแต่การเพิ่มประสิทธิภาพภายในไปจนถึงการสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่เหนือกว่า และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ไม่หยุดยั้ง แนวทางกลยุทธ์ในการใช้เครื่องมือ AI ที่มีประสิทธิภาพหลายมิติดังนี้ (Kulkov, 2023; Zebec & Indihar Štemberger, 2024; Abdulmuhsin et al., 2025; Alkalha et al., 2025; Kumar & Ratten, 2025)

6 | วารสารการจัดการเพื่อการพัฒนา ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 Journal of Management for Development (JMD) Vol. 1 (2)

1) การเพิ่มประสิทธิภาพและการลดต้นทุน (Efficiency and Cost Reduction) หมายถึง AI ทำให้กระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อนเป็นอัตโนมัติ ลดข้อผิดพลาดของมนุษย์ และเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน ทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิต การดำเนินงาน และการบริหารจัดการได้อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อต้นทุนลดลง ธุรกิจก็สามารถนำเงินทุนไปลงทุนในส่วนอื่น ๆ ที่ส่งเสริมการเติบโตได้มากขึ้น หรือเสนอราคาที่แข่งขันได้

2) การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Decision Making) หมายถึง ในยุคที่มีข้อมูลมหาศาล AI สามารถประมวลผลและวิเคราะห์ Big Data เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึกและรูปแบบที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นไปไม่ได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบดั้งเดิม ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างแม่นยำ มีข้อมูลสนับสนุน และรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดความไม่แน่นอนและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ

3) การยกระดับประสบการณ์ลูกค้า (Enhanced Customer Experience) หมายถึง AI ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าใจลูกค้าในระดับปัจเจกบุคคลได้อย่างลึกซึ้ง สร้างปฏิสัมพันธ์ที่เป็นส่วนตัว และให้บริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงที ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีขึ้นนำไปสู่ความพึงพอใจที่สูงขึ้น ความภักดีของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโต

4) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง AI เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ตั้งแต่การช่วยในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่ไม่เคยมีมาก่อน ไปจนถึงการปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างรายได้ใหม่ ๆ ได้

5) การขยายขนาดธุรกิจ (Scalability) หมายถึง AI ช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยไม่ต้องพึ่งพาการเพิ่มทรัพยากรบุคคลในสัดส่วนที่เท่ากัน ระบบอัตโนมัติและเครื่องมือวิเคราะห์ที่ขับเคลื่อนด้วย AI ช่วยให้ธุรกิจสามารถรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือจัดการข้อมูลที่มากขึ้นได้โดยไม่สูญเสียประสิทธิภาพ

หากมองถึงลงไปสู่ยุคของการสร้างการเติบโตทางธุรกิจด้วยการใช้เครื่องมือ AI การนำ AI มาใช้เพื่อสร้างการเติบโตจะต้องอาศัยกลยุทธ์ที่รอบคอบและการใช้เครื่องมือ AI ที่เหมาะสมในแต่ละด้าน จากบทบาทของ AI ที่กล่าวมาสามารถนำมากำหนดเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ เครื่องมือการประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต และผลลัพธ์การเติบโต ประกอบด้วย (Doe & Hinson, 2024; Jobstreibizer et al., 2025)

1) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุนด้วย AI (Operational Efficiency & Cost Reduction through AI Tools)

1.1 เครื่องมือ AI ได้แก่ Robotic Process Automation (RPA) Platforms, AI-powered Supply Chain Optimization Software, และ Predictive Maintenance Solutions

1.2 การประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต หมายถึง การลดต้นทุนการดำเนินงานที่เกิดจากการทำงานซ้ำซ้อนและข้อผิดพลาด ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดสรรงบประมาณที่ประหยัดได้ไปลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การตลาด หรือการขยายตลาด ซึ่งเป็นการลงทุนที่มุ่งเน้นการเติบโตโดยตรง นอกจากนี้การเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน

1.3 ผลลัพธ์การเติบโต ได้แก่ การสร้างกระแสเงินสดที่ดีขึ้น ความสามารถในการลงทุนซ้ำเพื่อการขยายตัว การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

2) กลยุทธ์การใช้ AI เพื่อขับเคลื่อนการตัดสินใจที่อิงข้อมูล (AI-Driven Decision Making Strategy)

2.1 เครื่องมือ AI ได้แก่ Business Intelligence (BI) Tools with AI capabilities, Advanced Analytics Platforms และ Customer Relationship Management (CRM) with AI

2.2 การประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต หมายถึง AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ตลาด และการขาย เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่นำไปสู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่แม่นยำ ตัวอย่างเช่น การระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงสุด การพยากรณ์ความต้องการสินค้าที่แม่นยำ ช่วยให้ธุรกิจวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ลดความเสี่ยงในการลงทุนผิดพลาด และคว้าโอกาสทางการตลาดได้ก่อนคู่แข่ง

2.3 ผลลัพธ์การเติบโต ได้แก่ การระบุโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ การลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจผิดพลาด การเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดและการขาย และการปรับปรุงการจัดสรรทรัพยากร

3) กลยุทธ์การใช้ AI เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและการสร้างความภักดี (AI for Enhanced Customer Experience & Loyalty Strategy)

3.1 เครื่องมือ AI ได้แก่ AI Chatbots, AI-powered Personalization Engines, และ Customer Service AI Platforms

3.2 การประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต หมายถึง การมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและไร้รอยต่อให้กับลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ ช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดี ลูกค้าที่พึงพอใจมีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อซ้ำ บอกต่อผู้อื่น และเป็นผู้สนับสนุนแบรนด์ การใช้ AI ในการตอบคำถามลูกค้าแบบทันที การแนะนำสินค้าที่ตรงใจ ทั้งยังช่วยเพิ่มอัตราการคงอยู่ของลูกค้าและลดอัตราการจากไปของลูกค้า

8 | วารสารการจัดการเพื่อการพัฒนา ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 Journal of Management for Development (JMD) Vol. 1 (2)

3.3 ผลลัพธ์การเติบโต ได้แก่ การเพิ่มมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า (CLTV) การเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำ การสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งผ่านประสบการณ์เชิงบวก และการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ผ่านการบอกต่อ

4) กลยุทธ์การใช้ AI เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ (AI-Driven Innovation & New Product Development Strategy)

4.1 เครื่องมือ AI ได้แก่ Generative AI tools, AI for R&D และ AI-powered Design and Prototyping Software

4.2 การประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต หมายถึง AI ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น Gen AI สามารถสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ เนื้อหาทางการตลาด หรือแม้แต่โค้ดโปรแกรม ทำให้วงจรการพัฒนาผลิตภัณฑ์สั้นลงและลดต้นทุน การใช้ AI ในการวิจัยและพัฒนาช่วยให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนและระบุโอกาสในการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่อาจเป็นไปได้ด้วยวิธีการแบบดั้งเดิม

4.3 ผลลัพธ์การเติบโต ได้แก่ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ สู่ตลาดได้เร็วขึ้น การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างรายได้ใหม่จากนวัตกรรม และการเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรม

5) กลยุทธ์การใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรบุคคลและการจัดการบุคลากร (AI for HR Efficiency & Talent Management Strategy)

5.1 เครื่องมือ AI ได้แก่ AI Recruitment Platforms, AI-powered Performance Management Systems และ Learning & Development Platforms with AI recommendations

5.2 การประยุกต์ใช้เพื่อการเติบโต หมายถึง การมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพและมีทักษะเหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจเติบโต AI ช่วยในการคัดกรองผู้สมัครงานที่มีคุณภาพสูง ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากร นอกจากนี้ AI ยังช่วยในการระบุบุคลิกที่ขาดไปของพนักงาน และแนะนำหลักสูตรการฝึกอบรมที่เหมาะสม ทำให้บุคลากรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพและนวัตกรรมภายในองค์กร

5.3 ผลลัพธ์การเติบโต ได้แก่ การได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพสูง การเพิ่มผลิตภาพของพนักงาน การลดอัตราการลาออกของพนักงาน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการเรียนรู้และนวัตกรรมทางธุรกิจ

ดังนั้นสามารถสรุปจากบทบาทของ AI สำหรับการดำเนินธุรกิจได้ว่า AI ไม่ใช่เพียงแค่เทคโนโลยีแห่งอนาคต แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน (Alet, 2024; Güner Gültekin et al., 2025; Jobstreibizer et al., 2025) การนำ AI มาใช้ไม่ได้หมายถึงการแทนที่บทบาทของมนุษย์ทั้งหมด แต่เป็นการเสริมพลังให้มนุษย์สามารถทำงาน

ได้อย่างมีประสิทธิภาพและชาญฉลาดมากขึ้น ด้วยการใช้อุปกรณ์ AI อย่างมีกลยุทธ์ในด้านการดำเนินงาน การตัดสินใจ ลูกค้าสัมพันธ์ นวัตกรรม และทรัพยากรบุคคล โดยธุรกิจจะสามารถปลดล็อกศักยภาพในการเติบโตที่ไม่เคยมีมาก่อน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และนำพองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว หรือกล่าวได้อีกว่า การลงทุนในการประยุกต์ใช้ AI สำหรับการดำเนินธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจึงเป็นการลงทุนในอนาคตของธุรกิจ

กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินธุรกิจโดยใช้ AI

กลยุทธ์หลัก 5 ด้าน ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการบูรณาการ AI ในการดำเนินธุรกิจพร้อมประโยชน์และความท้าทายที่ต้องพิจารณาแสดงดังภาพที่ 1 ประกอบด้วย (Doe & Hinson, 2024; Zebec & Indihar Štemberger, 2024; Jobstreibizer et al., 2025; Kumar & Ratten, 2025)

1) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและการทำงานอัตโนมัติ (Process Optimization and Automation) ระบบ AI ที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์นี้ ได้แก่ (1) Robotic Process Automation (RPA) (2) การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ และ (3) การผลิตและการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ (Predictive Maintenance)

การนำ AI มาใช้ในกลยุทธ์นี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุน แต่ยังช่วยให้พนักงานสามารถทุ่มเทเวลาและทรัพยากรไปกับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นงานที่ AI ยังไม่สามารถเข้ามาทดแทนได้อย่างสมบูรณ์

2) กลยุทธ์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ (Data-Driven Insights and Decision Making) ระบบ AI ที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์นี้ ได้แก่ (1) Customer Analytics และ Personalization (2) Market Trend Prediction และ (3) Risk Management และ Fraud Detection

กลยุทธ์นี้ทำให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวจากการตัดสินใจที่อาศัยสัญชาตญาณหรือประสบการณ์เพียงอย่างเดียวไปสู่การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ซึ่งมีความน่าเชื่อถือและแม่นยำสูงกว่าอย่างมากในการประกอบธุรกิจ

3) กลยุทธ์การยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและการบริการ (Enhanced Customer Experience and Service) ระบบ AI ที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์นี้ ได้แก่ (1) Chatbots และ Virtual Assistants (2) Personalized Customer Support และ (3) Sentiment Analysis

การใช้ AI ในกลยุทธ์นี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว แต่ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาวอีกด้วย

4) กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ (Innovation and New Product/Service Development) ระบบ AI ที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์นี้ ได้แก่ (1) Generative AI (GAI) (2) Research and Development (R&D) Acceleration และ (3) Personalized Products and Services

กลยุทธ์ที่กล่าวมานี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเป็นผู้นำตลาดด้วยนวัตกรรม สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และเปิดช่องทางรายได้ใหม่ ๆ ที่อาจไม่เคยมีมาก่อน

5) กลยุทธ์การพัฒนาและการจัดการทรัพยากรบุคคล (HR Development and Management) ระบบ AI ที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลยุทธ์นี้ได้แก่ (1) การคัดเลือกและสรรหาบุคลากร (Recruitment and Selection) (2) การบริหารจัดการผลการปฏิบัติงานและการพัฒนา (Performance Management and Development) และ (3) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและการมีส่วนร่วม (Building Organizational Culture and Engagement)

อย่างไรก็ตาม การใช้ AI ในกลยุทธ์นี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร HR แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ



ภาพที่ 1 กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินธุรกิจโดยใช้ AI

Source: Author (2025)

ดังนั้นสามารถสรุปได้จากการมีกลยุทธ์การใช้ AI สำหรับการดำเนินธุรกิจว่า การนำ AI มาใช้ในธุรกิจไม่ใช่เพียงแค่การซื้อซอฟต์แวร์หรือระบบ แต่เป็นการวางแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุม ซึ่งต้องพิจารณาถึงความพร้อมขององค์กรในด้านต่าง ๆ ทั้งข้อมูล บุคลากร และวัฒนธรรม ผู้ประกอบการมีอาชีพควรเริ่มต้นจากการระบุปัญหาหรือโอกาสทางธุรกิจที่ชัดเจน ซึ่ง AI สามารถเข้ามาช่วยแก้ไขหรือยกระดับได้ จากนั้นจึงเลือกใช้เทคโนโลยี AI ที่เหมาะสม ลงทุนในการพัฒนาทักษะของบุคลากร และ

สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการทดลองและเรียนรู้จากความผิดพลาด (Learning from Failure) นอกจากนี้ การคำนึงถึงประเด็นด้านจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความโปร่งใสของ AI ก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่งเพื่อให้การนำ AI มาใช้เป็นไปอย่างยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ด้วยการวางแผนและดำเนินการอย่างรอบคอบ กลยุทธ์ AI เหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการมืออาชีพสามารถเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ก้าวสู่การเป็นผู้นำในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนในระยะยาว (Upadhyay et al., 2023; Doe & Hinson, 2024; Kumar & Ratten, 2025)

แนวทางการนำกลยุทธ์การใช้ AI สำหรับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลไปใช้งานเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน

หัวข้อที่ผ่านมาได้กำหนดกลยุทธ์สำคัญ 5 ด้าน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ AI ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจซึ่งมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัด ผู้ประกอบการมืออาชีพที่ต้องการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจำเป็นต้องมีแนวทางที่ชัดเจนในการนำกลยุทธ์ AI ไปปฏิบัติจริง โดยคำนึงถึงปัจจัยสำคัญตั้งแต่การวางแผน การเตรียมความพร้อม ไปจนถึงการวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kulkov, 2023; Güner Gültekin et al., 2025; Jobstreibizer et al., 2025) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การกำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ก่อนที่จะเริ่มต้นลงทุนใน AI ผู้ประกอบการควรตั้งคำถามพื้นฐานว่า “เราจะใช้ AI เพื่ออะไร?” และ “AI จะช่วยให้ธุรกิจของเราบรรลุเป้าหมายอะไรได้บ้าง?” การกำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก โดยควรมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมโยงการใช้ AI เข้ากับเป้าหมายทางธุรกิจโดยตรง โดยมีประเด็นสำคัญได้แก่ (1) ระบุปัญหาทางธุรกิจที่ต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วน (2) มองหาโอกาสใหม่ ๆ ในการสร้างมูลค่าและนวัตกรรม และ (3) สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักและวิสัยทัศน์ขององค์กร

2) การประเมินความพร้อมและวางแผนการลงทุนอย่างรอบคอบ การนำ AI มาใช้อย่างยั่งยืนและให้ผลตอบแทนที่ดีต้องอาศัยการประเมินความพร้อมขององค์กรอย่างรอบด้านทั้งในด้านข้อมูล เทคโนโลยี บุคลากร และงบประมาณ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสู่ความสำเร็จ โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ความพร้อมด้านข้อมูล (Data Readiness) (2) ความพร้อมด้านเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐาน (Technology and Infrastructure Readiness) (3) ความพร้อมด้านบุคลากร (Talent Readiness) และ (4) การจัดสรรงบประมาณ (Budget Allocation)

3) การเริ่มต้นด้วยโครงการนำร่องขนาดเล็กและวัดผลได้ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจในการนำ AI มาใช้ ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นด้วยโครงการนำร่อง (Pilot Project) ที่มีขอบเขตไม่ใหญ่จนเกินไป แต่สามารถวัดผลลัพธ์ได้ชัดเจน โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) เลือกปัญหาที่เฉพาะเจาะจงและมีข้อมูลพร้อม (2) ทดลองและเรียนรู้ซ้ำ (Iterate and Learn) และ (3) สร้างความสำเร็จเล็ก ๆ น้อย ๆ (Quick Wins)

4) การบูรณาการ AI เข้ากับกระบวนการทำงานหลักอย่างราบรื่น เมื่อโครงการนำร่องประสบความสำเร็จและพิสูจน์แล้วว่า AI สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรือคุณค่าได้ ขั้นตอนต่อไปคือการบูรณาการ AI เข้าไปในกระบวนการทำงานหลักของธุรกิจอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ (Redesign Workflows) (2) การเชื่อมโยงและปรับระบบ (System Integration and Adaptation) และ (3) การอบรมและสนับสนุนบุคลากร (Training and Continuous Support)

5) การวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การนำ AI มาใช้ไม่ใช่โครงการที่ทำครั้งเดียวจบ แต่เป็นกระบวนการที่ต้องมีการวัดผล ประเมิน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ AI ยังคงมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ และสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) (2) การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผลลัพธ์ (3) การปรับปรุงแบบจำลอง AI และ (4) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และการปรับตัว

6) การสร้างวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและ AI การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดในการนำ AI มาใช้ไม่ใช่เพียงแค่การนำเทคโนโลยีมาใช้ แต่เป็นการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและ AI ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นในทุกระดับ โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) การสนับสนุนและความเป็นผู้นำจากผู้บริหาร (2) ส่งเสริมการทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงาน (3) การให้ความสำคัญกับทักษะด้านข้อมูล (Data Literacy) และ (4) ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

จากกลยุทธ์และแนวทางที่เป็นระบบและครอบคลุมเหล่านี้ ผู้ประกอบการมีอาชีพจะสามารถนำกลยุทธ์การใช้ AI มาปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมนี้

กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ AI เพื่อการดำเนินธุรกิจแบบมีอาชีพ

เมื่อเห็นความสำคัญของ AI ที่จะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจดังที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อ 2.3-2.4 ผู้ประกอบการมีอาชีพจำนวนมากได้นำ AI มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล กรณีศึกษาต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่หลากหลายที่ AI ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ยกระดับประสบการณ์ลูกค้า และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ (Güner Gültekin et al., 2025; Jobstreibizer et al., 2025) ตัวอย่างของกรณีศึกษามีดังนี้

1) Amazon (E-commerce & Logistics) ซึ่งเป็นผู้นำบุกเบิกการใช้ AI อย่างครอบคลุม โดยมีระบบแนะนำสินค้า ที่วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อแนะนำสินค้าที่ตรงใจ ช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังใช้ หุ่นยนต์ AI ในคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บและจัดส่ง รวมถึง Amazon Alexa ที่ขยายขอบเขตบริการสู่ชีวิตประจำวันของลูกค้า ผลลัพธ์คือยอดขายที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนลดลง และความภักดีของลูกค้าที่โดดเด่น

2) Netflix (Media & Entertainment) ใช้ AI เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า และการสร้างสรรค์คอนเทนต์ AI ของ Netflix วิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมเพื่อ แนะนำภาพยนตร์ และซีรีส์ ที่ผู้ใช้งานจะสนใจ ช่วยให้ผู้ใช้ค้นพบเนื้อหาใหม่และใช้เวลากับแพลตฟอร์มนานขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วย ปรับปรุงคุณภาพการสตรีมมิ่ง และใช้ Big Data ในการตัดสินใจผลิตคอนเทนต์ ที่สอดคล้องกับ แนวโน้มผู้ชม ทำให้ Netflix เป็นผู้่นำระดับโลกในอุตสาหกรรมสตรีมมิ่ง

3) Starbucks (Food & Beverage) ใช้ AI ใน แอปพลิเคชันส่วนบุคคล เพื่อนำเสนอ เมนูและโปรโมชันที่ปรับให้เข้ากับแต่ละบุคคล รวมถึงใช้ AI ในการ จัดการสินค้าคงคลังและพยากรณ์ ยอดขาย เพื่อลดการสูญเสียและมั่นใจว่ามีสินค้าพร้อมให้บริการ นอกจากนี้ยังช่วยในการ วางแผนผังร้าน และเมนู ให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ผลลัพธ์คือความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าเพิ่มขึ้น รวมถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น

4) JPMorgan Chase (Financial Services) ธนาคารยักษ์ใหญ่นี้ใช้ AI เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และปรับปรุงบริการ อาทิ การใช้ AI ในการ ตรวจสอบการฉ้อโกง ในธุรกรรม จำนวนมหาศาลแบบเรียลไทม์ และ วิเคราะห์สินเชื่อและความเสี่ยง เพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ แพลตฟอร์ม AI อย่าง COIN (Contract Intelligence) ยังช่วยวิเคราะห์สัญญาทางกฎหมาย จำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งช่วยประหยัดเวลาและลดข้อผิดพลาดอย่างมหาศาล

5) Google (Technology & Advertising) AI เป็นแกนหลักในผลิตภัณฑ์ของ Google ไม่ว่าจะเป็น Google Search ที่ใช้อัลกอริทึม AI/Machine Learning เพื่อทำความเข้าใจคำค้นหา และแสดงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้อง Google Ads ที่ช่วยให้นักการตลาดกำหนดเป้าหมายโฆษณาได้อย่างแม่นยำ และ Google Maps ที่ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลการจราจรแบบเรียลไทม์เพื่อนำเสนอเส้นทางที่ดีที่สุด ทำให้ Google ยังคงเป็นผู้นำในตลาด Search Engine และโฆษณาออนไลน์

6) Tesla (Automotive) AI เป็นส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์และโมเดลธุรกิจของ Tesla โดยเฉพาะใน ระบบขับขี้อัตโนมัติ (Autopilot/FSD) ที่เรียนรู้จากข้อมูลการขับขี่จำนวนมหาศาล เพื่อพัฒนาให้ฉลาดและปลอดภัยยิ่งขึ้น AI ยังช่วย จัดการพลังงานแบตเตอรี่ ในรถยนต์ไฟฟ้า และเพิ่มประสิทธิภาพใน กระบวนการผลิต ทำให้ Tesla เป็นผู้นำในการสร้างรถยนต์ไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีล้ำสมัย

7) Salesforce (CRM Software) ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกการนำ AI มาผนวกกับระบบ Customer Relationship Management (CRM) ผ่าน Salesforce Einstein ซึ่งช่วยวิเคราะห์ ข้อมูลลูกค้าและยอดขายเพื่อพยากรณ์โอกาสสำเร็จ แนะนำข้อเสนอ และระบุลูกค้าที่มีความเสี่ยง ที่จะเลิกใช้บริการ นอกจากนี้ยังใช้ AI ใน การบริการลูกค้าอัตโนมัติ เพื่อจัดการงานซ้ำซ้อน ทำให้ธุรกิจ บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มยอดขาย และปรับปรุงการบริการลูกค้า

8) Siemens (Industrial Manufacturing & Energy) ใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอุตสาหกรรมและการจัดการพลังงาน ด้วยการสร้าง Digital Twins ของเครื่องจักรโรงงาน เพื่อใช้ AI ในการทำนายปัญหาและวางแผน การบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ ลด Downtime นอกจากนี้ AI ยังช่วยจัดการ Smart Grids (โครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ) และช่วยนักวิศวกรในการออกแบบและจำลองระบบที่ซับซ้อน

9) IBM Watson Health (Healthcare) ซึ่งเป็นตัวอย่างของการนำ AI มาใช้ในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ Watson AI สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการแพทย์จำนวนมหาศาลเพื่อช่วยแพทย์ในการ วินิจฉัยโรค โดยเฉพาะโรคซับซ้อนอย่างมะเร็ง นอกจากนี้ยังช่วยเร่งกระบวนการค้นคว้ายาและการพัฒนา และ จัดการข้อมูลผู้ป่วย ทำให้บุคลากรทางการแพทย์ตัดสินใจได้อย่างแม่นยำและรวดเร็วขึ้น

10) Canva (Graphic Design Platform) ผสาน Gen AI เข้ามาในแพลตฟอร์มผ่านฟังก์ชัน Magic Design & Text-to-Image ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สร้างงานออกแบบและภาพจากข้อความได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ยังมีฟีเจอร์อย่าง Background Remover & Magic Eraser ที่ขับเคลื่อนด้วย AI ซึ่งลดความซับซ้อนในการแก้ไขภาพ และ Content Recommendations ที่ช่วยแนะนำองค์ประกอบการออกแบบที่เหมาะสม ทำให้ Canva เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถสร้างกราฟิกคุณภาพสูงได้

กรณีศึกษาทั้ง 10 นี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันมหาศาลของ AI ในการพลิกโฉมการดำเนินธุรกิจ ในหลากหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการภายใน การยกระดับประสบการณ์ลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำ หรือการขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผู้ประกอบการมีอาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจำเป็นต้องเรียนรู้จากความสำเร็จเหล่านี้ และพิจารณาอย่างจริงจังถึงวิธีการที่จะนำ AI มาบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจของตนเอง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนและเติบโตในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บทสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากที่ได้กล่าวมาในบทความนี้ทั้งในส่วนของบทนำ แนวคิด ทฤษฎี กลยุทธ์ และกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ ได้ตอกย้ำถึงความจำเป็นและความสำคัญของการนำ AI มาใช้เป็นกลยุทธ์หลักของผู้ประกอบการมีอาชีพ การอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและมีการแข่งขันสูงนี้ ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีขั้นสูงอย่าง AI เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าจนนำไปสู่บทสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

บทสรุป

การปฏิวัติทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้นำพาโลกเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ ซึ่ง AI ได้กลายเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงในทุกภาคส่วนของธุรกิจ จากที่ได้กล่าวมาในบทความนี้ทั้งในส่วนของบทนำ แนวคิด ทฤษฎี กลยุทธ์ และกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ ได้ตอกย้ำถึงความจำเป็นและความสำคัญของการนำ AI มาใช้เป็นกลยุทธ์หลักของผู้ประกอบการ มืออาชีพ การอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและมีการแข่งขันสูงนี้ ไม่ใช่แค่เรื่องของกรรมวิธีหรือบริการที่ยอดเยี่ยมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีขั้นสูงอย่าง AI เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า จนนำไปสู่บทสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

(1) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและการทำงานอัตโนมัติ หมายถึง AI เข้ามาช่วยลดงานซ้ำซ้อน ลดข้อผิดพลาด เพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน ทั้งในด้าน Robotic Process Automation (RPA), การจัดการ Supply Chain, และการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ ทำให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างสิ้นโหลและมีประสิทธิภาพสูงสุด ตัวอย่างเช่น Amazon ที่ใช้หุ่นยนต์และ AI ในคลังสินค้า เพื่อความรวดเร็วและแม่นยำ

(2) กลยุทธ์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ หมายถึง AI เปลี่ยนข้อมูลดิบให้เป็นข้อมูลเชิงลึกที่มีค่า ช่วยในการตัดสินใจที่แม่นยำและรวดเร็วกว่าเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน Customer Analytics การพยากรณ์แนวโน้มตลาด และ Risk Management (Fraud Detection) ดังเช่นที่ JPMorgan Chase ใช้ AI ตรวจสอบการฉ้อโกงและวิเคราะห์ความเสี่ยงทางการเงิน

(3) กลยุทธ์การยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและบริการ หมายถึง AI ช่วยสร้าง ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าผ่านการบริการที่เป็นส่วนตัวและตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น Chatbots, Virtual Assistants, หรือระบบแนะนำสินค้า/บริการส่วนบุคคล ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ Netflix และ Starbucks ที่ใช้ AI เพื่อมอบประสบการณ์ที่ปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานแต่ละราย

(4) กลยุทธ์การสร้างสรรค่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ หมายถึง AI เป็นตัวเร่งสำคัญ ในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ตั้งแต่การใช้ Generative AI ในการสร้างสรรค์เนื้อหา การเร่งกระบวนการวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ปรับแต่งเฉพาะบุคคล เช่น Tesla กับระบบขับอัตโนมัติ และ Canva กับพีเจอาร์ AI ในการออกแบบ

(5) กลยุทธ์การพัฒนาและการจัดการทรัพยากรบุคคล หมายถึง AI ไม่ได้เข้ามาแทนที่มนุษย์ แต่เข้ามาช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในด้านการคัดเลือกบุคลากร การบริหารจัดการ ผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาทักษะ เพื่อให้องค์กรมีบุคลากรที่มีคุณภาพและทำงานร่วมกับ AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรณีศึกษาทั้ง 10 ตัวอย่างจากหลากหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็น Amazon, Netflix, Starbucks, JPMorgan Chase, Google, Tesla, Salesforce, Siemens, IBM Watson Health และ Canva ล้วนเป็นข้อพิสูจน์ที่ชัดเจนว่าการลงทุนใน AI และการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม สามารถนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน สร้างนวัตกรรม และมอบประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

การอภิปราย

จากเนื้อหาที่กล่าวมาจนถึงบทสรุปที่ระบุว่า กลยุทธ์การนำ AI ไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีอาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลต้องมีการพิจารณาหลากหลายมิติ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประโยชน์ของ AI จะมีมหาศาล แต่การนำ AI มาใช้ในธุรกิจก็ไม่ใช่เรื่องง่ายและมาพร้อมกับความท้าทายที่สำคัญ ผู้ประกอบการมีอาชีพจำเป็นต้องอภิปรายและพิจารณปัจจัยเหล่านี้ อย่างรอบคอบเพื่อการบูรณาการ AI ที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย (1) ความท้าทายด้านข้อมูล (2) ความท้าทายด้านบุคลากรและทักษะ (3) การลงทุนและการคืนทุน (4) ประเด็นด้านจริยธรรม ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว และ (5) ความท้าทายในการบูรณาการและการเปลี่ยนแปลงองค์กร

โดยสรุปแล้ว AI ได้พิสูจน์แล้วว่าเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังอย่างยิ่งในการเพิ่มศักยภาพ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีอาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล จากกลยุทธ์และกรณีศึกษาที่กล่าวมา AI ไม่ได้เป็นเพียงแคเทคโนโลยีแห่งอนาคต แต่เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จในปัจจุบัน การที่ผู้ประกอบการจะสามารถนำ AI มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ขึ้นอยู่กับการผสมผสานระหว่างวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การลงทุนอย่างรอบคอบ การบริหารจัดการข้อมูลและบุคลากรที่ดีย่อมรวมถึงความสามารถในการปรับตัวและเรียนรู้จากความท้าทายที่เกิดขึ้น

ในอนาคตอันใกล้ บทบาทของ AI จะทวีความสำคัญและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นในการขับเคลื่อน ธุรกิจและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะเห็นการเปลี่ยนผ่านจากการใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและทำงานอัตโนมัติ ไปสู่การใช้ AI เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงรุกและประสบการณ์ เฉพาะบุคคลระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาของ Generative AI (GAI) และ AI ที่สามารถ ให้เหตุผลได้ (Reasoning AI) ซึ่งจะเป็หัวใจสำคัญในการปลดล็อกศักยภาพใหม่ ๆ ธุรกิจจะใช้ GAI ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ปรับแต่งได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายในแบบทันที (Hyper-personalization) การสร้างเนื้อหาการตลาดที่หลากหลายและตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว และการเร่งกระบวนการวิจัยและพัฒนาให้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ AI จะถูกผนวกเข้ากับ AR และ VR เพื่อสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ดื่มด่ำและโต้ตอบได้ในโลกเสมือนจริง ผู้ประกอบการมีอาชีพจึงต้อง ติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี AI อย่างใกล้ชิด และเตรียมพร้อมที่จะปรับกลยุทธ์และโมเดลธุรกิจ ของตนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การมอง AI ไม่ใช่แค่เครื่องมือ แต่เป็น “หุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์” ที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างที่ยั่งยืน

และขีดความสามารถในการแข่งขันในโลกธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วย AI อย่างสมบูรณ์แบบ ท้ายที่สุด AI จะช่วยสร้าง “องค์กรอัจฉริยะ” (Intelligent Enterprises) ที่สามารถเรียนรู้ ปรับตัว และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็วและเป็นอัตโนมัติ ทำให้เกิดประสิทธิภาพในระดับที่ไม่เคยมีมาก่อน และเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

การนำ AI มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมืออาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่ใช่แค่การนำเทคโนโลยีมาติดตั้ง แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เกิดการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จากการทบทวนกลยุทธ์ ภูมิศึกษา และความท้าทายที่กล่าวมา จึงมีข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนี้

(1) ระบุมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ควรเริ่มจากการถามว่า AI จะช่วยแก้ปัญหาหรือสร้างคุณค่าใหม่ให้ธุรกิจได้อย่างไร มุ่งเน้นผลลัพธ์ที่จับต้องได้ เช่น ลดต้นทุน เพิ่มยอดขาย หรือยกระดับลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อให้การลงทุนมีทิศทางที่ชัดเจนและวัดผลได้จริง

(2) สร้างรากฐานข้อมูลที่แข็งแกร่ง นั่นคือ AI ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ดังนั้น คุณภาพและปริมาณข้อมูลจึงเป็นหัวใจสำคัญ ผู้ประกอบการควรลงทุนในระบบจัดเก็บ รวบรวม และจัดการข้อมูลคุณภาพสูง รวมถึงการทำความสะอาดข้อมูล เพื่อให้ AI ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ

(3) การลงทุนในบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร นั่นคือ AI จะทำงานได้เต็มประสิทธิภาพด้วยการสนับสนุนจากบุคลากร ควรมีแผน ฝึกอบรม (Upskilling & Reskilling) พนักงานให้มีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำงานร่วมกับ AI พร้อมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงและการเรียนรู้

(4) การเลือกใช้ AI ที่เหมาะสม ตลาด AI มีโซลูชันหลากหลาย ควรเลือก AI ที่ตอบโจทย์ปัญหาหรือโอกาสทางธุรกิจ และเหมาะสมกับขนาด ทรัพยากร และความซับซ้อนขององค์กร โดยอาจเริ่มต้นจากแพลตฟอร์ม AI as a Service (AlaaS) ที่ใช้งานง่ายและคุ้มค่า

(5) เริ่มต้นเล็ก ๆ วัดผลสม่ำเสมอ ควรเริ่มด้วยโครงการนำร่อง (Pilot Project) ที่มีขอบเขตชัดเจนและวัดผลได้ เพื่อลดความเสี่ยง เมื่อสำเร็จจึงค่อยขยายผล พร้อมกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

(6) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ โดยการร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้าน AI บริษัทเทคโนโลยี หรือสถาบันการศึกษา สามารถช่วยเสริมสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญ และเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นได้

(7) การคำนึงถึงจริยธรรม ความปลอดภัย และความรับผิดชอบ นั่นคือ การใช้ AI ต้องมาพร้อมความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับจริยธรรม (AI Ethics) การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า และความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยง

อย่างไรก็ตาม การนำ AI มาใช้ไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวหน้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การปฏิบัติตามข้อเสนอแนะเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และนำพาสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Abdulmuhsin, A.A., Hussein, H.D., AL-Abrow, H., Masa'deh, R., & Alkhwalidi, A.F. (2025). Impact of artificial intelligence and knowledge management on proactive green innovation: the moderating role of trust and sustainability. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 17(3), 765-795. <https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2024-0301>
- Alkalha, Z., Jum'a, L., Zighan, S., & Abualqumboz, M. (2025). A multi-faceted approach for leveraging AI and intellectual capital for enhanced supply chain decision-making. *Journal of Intellectual Capital*, 26(2), 491-525. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2024-0201>
- Alet, J. (2024). Effective integration of artificial intelligence: Key axes for business strategy. *Journal of Business Strategy*, 45(2), 107-114. <https://doi.org/10.1108/JBS-01-2023-0005>
- Doe, J.K., & Hinson, R.E. (2024). AI-driven sustainability brand activism for family businesses: A future-proofing perspective article. *Journal of Family Business Management*, 14(5), 942-946. <https://doi.org/10.1108/JFBM-10-2023-0217>
- Guida, M., Caniato, F., Moretto, A., & Ronchi, S. (2023). Artificial intelligence for supplier scouting: an information processing theory approach. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 53(4), 387-423. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-12-2021-0536>
- Güner Gültekin, D., Pinarbasi, F., Yazici, M., & Adiguzel, Z. (2025). Commercialisation of artificial intelligence: A research on entrepreneurial companies with challenges and opportunities. *Business Process Management Journal*, 31(2), 605-630. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2023-0836>

- Gupta, V. (2025). From hype to strategy: navigating the reality of experimental strategic adoption of AI technologies in libraries. *Reference Services Review*, 53(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/RSR-08-2024-0042>
- Iaia, L., Nespoli, C., Vicentini, F., Pironti, M., & Genovino, C. (2024). Supporting the implementation of AI in business communication: The role of knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 85-95. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2022-0944>
- Isiaku, L., & Adalier, A. (2025). Analyzing the barriers to blockchain adoption in educational sectors: A comprehensive literature review using the Technology-Organizational-Environment (TOE) framework. *On the Horizon*, 33(1), 32-60. <https://doi.org/10.1108/OTH-05-2024-0029>
- Jobstreibizer, J., Beliaeva, T., Ferasso, M., Kraus, S., & Kallmuenzer, A. (2025). *The impact of artificial intelligence on business models: A bibliometric-systematic literature review*. *Management Decision*, 63(13), 372-396. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2024-2309>
- Kárpáti, Z.S., & Szüle, B. (2025). External leadership knowledge integration and AI readiness in family firms: exploring the mediation effects of professionalization. *Journal of Family Business Management*, 15(2), 435-452. <https://doi.org/10.1108/JFBM-09-2024-0238>
- Kulkov, I. (2023). Next-generation business models for artificial intelligence start-ups in the healthcare industry. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 860-885. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2021-0304>
- Kumar, D., & Ratten, V. (2025). Artificial intelligence and family businesses: A systematic literature review. *Journal of Family Business Management*, 15(2), 373-392. <https://doi.org/10.1108/JFBM-08-2024-0160>
- Marshall, A., Bieck, C., Dencik, J., Goehring, B.C., & Warrick, R. (2024). *How generative AI will drive enterprise innovation*. *Strategy & Leadership*, 52(1), 23-28. <https://doi.org/10.1108/SL-12-2023-0126>
- Nazir, M.A., Roomi, M.A., & Khan, M.R. (2025). Entrepreneurial firms in the crypto era: Adoption trajectories and innovation dynamics. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 32(8), 18-53. <https://doi.org/10.1108/JSBED-11-2024-0580>

- Nevi, G., Pizzichini, L., Bastone, A., & Dezi, L. (2025). Adoption of AI by micro and small health enterprises: effects of entrepreneurial orientation on the TOE model. *European Journal of Innovation Management*, 28(11), 209-241. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2024-0770>
- Ossa-Cardona, J.L. (2025). Decision-making in the selection processes of managerial successors in business families and its influence with the use of cutting-edge technologies such as AI: A systematic review of the literature. *Journal of Family Business Management*, 15(2), 393-417. <https://doi.org/10.1108/JFBM-08-2024-0186>
- Phakamach, P., Panjarattanakorn, D. and Onsampant, S. (2023). Conceptualization and development of digital leadership to drive corporate digital transformation for sustainable success. *International Journal of Educational Communications and Technology*, 3(2), 27-39. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/IJECT/article/view/252269>
- Tuncalp, D. (2025). Directing the future: Artificial intelligence integration in family businesses. *Journal of Family Business Management*, 15(2), 254-277. <https://doi.org/10.1108/JFBM-03-2024-0051>
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Al-Debei, M.M., Baabdullah, A.M., & Dwivedi, Y.K. (2023). The influence of digital entrepreneurship and entrepreneurial orientation on intention of family businesses to adopt artificial intelligence: Examining the mediating role of business innovativeness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(1), 80-115. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2022-0154>
- Zebec, A., & Indihar Štemberger, M. (2024). Creating AI business value through BPM capabilities. *Business Process Management Journal*, 30(8), 1-26. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2023-0566>

ประวัติแนบท้ายบทความ

	<p>ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ อีเมลล์ phongsak.pha@rmutr.ac.th</p>
	<p>นางสาวปริญญา สุขวิวัฒน์ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อีเมลล์ pinya@npu.ac.th</p>
	<p>นางสาวปรางทิพย์ เสยกระโทก ปริญญาโท มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีเมลล์ prangthip@npu.ac.th</p>
	<p>นางสาววันทนารี สุวรรณกลาง ปริญญาโท มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีเมลล์ newpretty04@gmail.com</p>
	<p>นางสาวปิยะรัตน์ อนงค์ไชย ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหาสารคาม อีเมลล์ piyarat345@hotmail.com</p>
	<p>นางสาวลาดาวรรณ สุระนรากุล ปริญญาโท มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีเมลล์ ladawan.su31@gmail.com</p>