

ปัจจัยองค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

กรณีศึกษาบริษัท ABC

Organizational factors and organizational competitiveness

Case Study ABC Company

สุนิสา วิโรจน์วัฒนกุล¹, ธนชัย ชมจินดา²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความสามารถทางการแข่งขันองค์กรของบริษัท ABC (2) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กรที่สนับสนุนความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรบริษัท ABC (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยองค์กรที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันองค์กรบริษัท ABC (4) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถแข่งขันขององค์กร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ABC

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม มีการวัดค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา วัดค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ทดสอบที (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษตามสมมติฐาน (1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถแข่งขันจะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ที่ระดับ $\bar{X} = 4.12$ $SD = 0.54$ (2) ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร พบว่า ปัจจัยองค์กรมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการตลาด ด้านความสามารถทางการเงิน ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดออนไลน์ และการตัดสินใจ

¹ นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Visionary Leaders) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The purpose of this independent study are (1) to study organizational competitive advantage of ABC Co., Ltd (2) to study organizational factors that support organizational competitive advantage of ABC Co., Ltd (3) to study correlations between organizational factors that affect organizational competitive advantage of ABC Co., Ltd (4) Compare opinions concerning organizational competitive advantage by using personal factors of ABC Co., Ltd staffs.

This study is a quantitative research where data was collected through questionnaire. Contents of the study and reliability of questionnaires were validated. Statistics used in order to analyze data involved percentage, mean, standard deviations, t-Test, One Way Analysis of Variance, and Pearson Correlation.

The findings from the hypothesis (1) opinions on competitive advantage are varied according to personal factors, found it that average opinions that agreed with this statement was equal to $X = 4.12$ $SD = 0.54$ (2) organizational factors correlated with organizational competitive advantage, The results show that organizational factors affect the competitiveness of enterprises in six aspects such as namely quality, efficiency, innovation, customer response, marketing capabilities and financial capabilities that are also statistically important 0.01

Keywords : organizational factor and organizational competitive advantage

บทนำ

การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ถือเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาดหรือความสามารถในการทำกำไรที่มากกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ที่ทำได้ตามปกติ การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันมีเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรสามารถได้กำไรได้อย่างยั่งยืนและเหนือกว่าคู่แข่ง จึงเป็นภารกิจสำคัญต่อการดำเนินองค์กรในระยะยาว เพราะเมื่อองค์กรสามารถสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ก็หมายความว่าองค์กรสามารถดำเนินกิจการได้ดีกว่าคู่แข่ง ควมได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินองค์กรในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง ดังนั้น การกำหนดนโยบายกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันที่ชัดเจน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะช่วยสร้างขีดความสามารถและควมได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานในอนาคตที่ชัดเจน ทำให้องค์กรสามารถดำเนินการ ให้เป็นไปตามเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

ในยุคปัจจุบันมีองค์กรหรือธุรกิจเกิดขึ้นจำนวนมาก ซึ่งการเกิดขึ้นขององค์กรต่างๆ นั้นจะส่งผลดีกับประชากร เนื่องจากจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้ และเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้น เพราะเมื่อมีองค์กรเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ แต่ยังมีองค์กรใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมากเท่าไร ก็มีผลทำให้องค์กรที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และเกิดการแข่งกันระหว่างองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะแสดงความโดดเด่น ความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจต่อกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งถ้าองค์กรใดต้องการที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

ควรจะเริ่มจากการพัฒนาปัจจัยขององค์กรให้ดีเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ แต่ก่อนที่จะพัฒนาปัจจัยขององค์กรได้นั้น องค์กรจะต้องทราบก่อนว่ามีปัจจัยองค์กรด้านใดบ้าง ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

การบริหารกิจการองค์กรต้องอาศัยปัจจัยในการสนับสนุนการดำเนินกิจการต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ เนื่องจากปัจจัยการบริหารหรือทรัพยากรการบริหารมีความสำคัญและความจำเป็นต่อการบริหารงานเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานนั้นจะเป็นการบริหารของภาครัฐหรือภาคเอกชนก็ตาม การนำเอาปัจจัยการบริหารมาเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการบริหารงาน จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่จะทำให้องค์กรและผู้ประกอบการต้องพยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดให้ได้ และต้องเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ขยายไปทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย นอกจากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพแล้วยังส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ ล่าสุดธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ประกาศลดประมาณการการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2020 มาอยู่ที่ -5.3% ซึ่งนับว่าต่ำที่สุดตั้งแต่วิกฤตต้มยำกุ้งซึ่งอยู่ที่ -7.6% และหากย้อนไปยังวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ยังหดตัวเพียง -0.7% เท่านั้น นับได้ว่าในช่วงเวลานี้ผู้นำองค์กรกำลังเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทายและมีความไม่แน่นอนสูง อีกทั้งยังต้องกังวลกับผลกระทบที่มีต่อองค์กร และหาวิธีการในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหวังที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยขององค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษาบริษัท ABC” เพื่อที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ในการเสนอแนะแนวทางในการวางแผนงาน เพื่อพัฒนาความพร้อมทางด้านปัจจัยขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่องค์กรจะมีความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้น และเป็นที่น่าพอใจต่อผู้บริโภค

นิยามศัพท์

องค์กร หมายถึง นโยบาย ทิศทางและขอบเขตการทำงานขององค์กรในระยะยาว กระบวนการได้มาซึ่งแผน กิจกรรมการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องและ เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร การปฏิบัติงานภายใต้ แผนงาน

กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางหรือวิธีการทำงานที่ดีที่สุด เพื่อให้องค์กรบรรลุ วัตถุประสงค์ ภารกิจและวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ตัวอย่าง เช่น “จัดทำระบบฐานข้อมูลและ ระบบเครือข่ายที่สมบูรณ์และทันสมัย” หรือ “พัฒนาวิธีการลดต้นทุนการบริหาร จัดการ”

นโยบาย หมายถึง แนวทางแบบกว้างๆ ที่กำหนดขึ้นสำหรับการปฏิบัติและการ ควบคุม ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

โครงสร้างองค์กร หมายถึง ตัวกำหนดพฤติกรรมของคนภายในองค์กร เป็นสิ่ง สำคัญในการสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนและกลุ่มคนภายในองค์กร ซึ่งอิทธิพลที่ สร้างขึ้นมานั้น ส่วนใหญ่เกิดจากวัตถุประสงค์ในการควบคุม โดยการถูกควบคุมนั้นมา จากลักษณะของงานที่ได้ออกแบบภายในโครงสร้างองค์กร

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การจัดการความสัมพันธ์ของคนงานและ ผู้บริหาร โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้้องค์การบรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งจากความหมายดังกล่าวมี ประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ความสำคัญกับการจัดการความสัมพันธ์ ที่ ไม่ใช่เป็นการจัดการบุคคล
- 2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์มุ่งเน้นที่เป้าประสงค์ขององค์กร ดังนั้น เมื่อ วัตถุประสงค์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงไป การจัดการความสัมพันธ์ดังกล่าวก็ จะเปลี่ยนด้วย
- 3) วัตถุประสงค์หลักของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรมุ่งที่องค์กร ส่วน สมาชิกขององค์กรแต่ละคนจะเป็นวัตถุประสงค์รอง

การนำ หมายถึง การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำตนให้เป็นตัวอย่างที่ดีจะต้องเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา ใช้ภาวะในการชักจูงและส่งเสริมให้บุคคลผู้อื่นปฏิบัติตามที่ต้องการ โดยผู้บริหารจะต้องจูงใจให้คนทุ่มแรงกายและแรงใจอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งพื้นฐานในการเป็นผู้นำต้องประกอบด้วย การนิเทศงานการจูงใจ การนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การติดต่อสื่อสารและการจัดความขัดแย้ง

เทคโนโลยี หมายถึง การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ระเบียบวิธี กระบวนการตลอดจน ผลงานทางวิทยาศาสตร์ทั้งสิ่งประดิษฐ์และวิธีการมาประยุกต์ใช้ในระบบงานเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานให้มากยิ่งขึ้น

ทักษะความสามารถขององค์กร หมายถึง ความสามารถและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดจากการพัฒนาทักษะของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร 2 ด้านหลัก คือ ด้านงานอาชีพ ของบุคลากรเป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่และงานที่รับผิดชอบ เช่น ด้านการเงิน ด้านบุคคลและทักษะด้านความถนัดหรือความชำนาญลาดพิเศษของบุคลากรเป็นความสามารถที่ทำให้บุคลากรโดดเด่นกว่าคนในองค์กรอื่น ส่งผลให้มีผลงานที่ดีกว่าและ เจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานรวดเร็ว ซึ่งองค์กรต้องมุ่งเน้นทักษะ 2 ด้านควบคู่กัน

คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าหรือบริการนั้นสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมได้เปรียบคู่แข่งขัน ลูกค้ามีความพึงพอใจ และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น

ประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการ วิธีการ หรือการกระทำที่นำไปสู่ผลสำเร็จโดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และวิธีการดำเนินการที่มีคุณภาพสูงสุด เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ

นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้งานดีมาก

ยิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

ความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความต้องการ ความอยากได้ในสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจ เมื่อความต้องการและความอยากได้นั้นได้รับการตอบสนอง ทั้งจากประโยชน์ใช้สอยในตัวสินค้าและบริการนั้นและอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้า

ความสามารถทางการตลาด หมายถึง ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า ความสำเร็จของผู้ประกอบการมาจากการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า พัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงการพัฒนาความสามารถทางการตลาดให้ดีขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีข้อมูลของตลาดเป็นอย่างดี มีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการตลาด ปรับปรุงทักษะทางการตลาดรวมถึงความสามารถในการจัดการต่างๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษาบริษัท ABC
2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยคือพนักงานปฏิบัติการภายในบริษัท ABC จำนวน 4,150 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัท ABC
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการดำเนินการจัดทำงานวิจัย 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2563

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมุติฐานการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถแข่งขันจะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แนวทางการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามตามหลักทฤษฎี และแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

2. พื้นที่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ พนักงานภายในบริษัท ABC จำนวน 4,150 คน

3. การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ จึงใช้แบบสอบถาม (Quantitative Research) เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา และนำมาจัดทำแบบสอบถามให้มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวความคิด พร้อมทั้งผลการวัดค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยการคำนวณค่า IOC หรือค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อ ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงจะถือว่าคำถามนั้นมีความเที่ยงตรง

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ การวัดค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผลการตรวจสอบหาค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านพบว่า ตัวแปรการสื่อสารการตลาดออนไลน์ และตัวแปรการตัดสินใจ มีค่าความสอดคล้องรวม เท่ากับ 1 และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย (Reliability of Research Tool) มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.952

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลส่วนที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ เช่น หนังสือ เอกสารวิชาการ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร และเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Google Form) จำนวน 365 ชุด และรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาแปลค่าโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์สถิติต่อไป

6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์ทดสอบที่

(t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way Analysis of Variance) และ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการวิจัย

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 365 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 เพศชาย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีอายุ น้อยกว่า 30 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 สถานภาพ โสด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา สมรส 108 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และหย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 73.4 รองลงมา มีรายได้ 30,001 – 80,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมีรายได้ 80,001 – 100,000 บาทจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ปริญญาโท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มาจากฝ่ายผลิต จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ฝ่ายวิศวกรรม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ฝ่ายคุณภาพ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ฝ่ายการเงิน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และฝ่ายบุคคล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 อายุงาน 1 – 3 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาอายุงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 อายุงาน 3 – 5 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และอายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

2. ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยองค์กร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยองค์กรได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านนโยบาย ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านภาวะการนำ และด้านเทคโนโลยี

ของพนักงานบริษัท ABC ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ที่ระดับ $\bar{X} = 4.07$ $SD = 0.55$

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ที่ระดับ $\bar{X} = 4.12$ $SD = 0.54$ ด้านนโยบาย ที่ระดับ $\bar{X} = 4.11$ $SD = 0.66$ ด้านโครงสร้างองค์กรที่ระดับ $\bar{X} = 4.01$ $SD = 0.61$ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่ระดับ $\bar{X} = 4.03$ $SD = 0.63$ ด้านภาวะการนำ ระดับ $\bar{X} = 4.05$ $SD = 0.72$ และด้านเทคโนโลยี ที่ระดับ $\bar{X} = 4.08$ $SD = 0.66$ ตามลำดับ

3. ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของพนักงานบริษัท ABC โดยจำแนกตาม คุณภาพ ประสิทธิภาพ นวัตกรรม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการตลาดและความสามารถในการเงิน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยที่ระดับ $\bar{X} = 4.12$ $SD = 0.54$

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ด้านคุณภาพ ที่ระดับ $\bar{X} = 4.21$ $SD = 0.60$ รองลงมามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ที่ระดับ $\bar{X} = 4.18$ $SD = 0.57$ ด้านนวัตกรรม ที่ระดับ $\bar{X} = 4.06$ $SD = 0.62$ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ระดับ $\bar{X} = 4.10$ $SD = 0.65$ ด้านความสามารถทางการตลาด ระดับ $\bar{X} = 4.13$ $SD = 0.66$ และด้านความสามารถทางการเงิน ที่ระดับ $\bar{X} = 4.02$ $SD = 0.65$ ตามลำดับ

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันจะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

เพศ ของพนักงานบริษัท ABC มีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถ

หน่วยงานสังกัด ของพนักงานบริษัทABC มีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าหน่วยงานสังกัดที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถทางการตลาด และหน่วยงานสังกัดที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านความสามารถทางการเงิน

อายุงาน ของพนักงานบริษัทABC มีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในภาพรวมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าอายุงานที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความสามารถทางการเงิน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร โดยภาพรวมของค่าความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlations) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขันด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านความสามารถทางการเงิน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยองค์กรเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ปัจจัยองค์กรด้านกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านความสามารถทางการตลาดและด้านความสามารถทางการเงิน และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขันด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2) ปัจจัยองค์กรด้านนโยบาย มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านการตอบสนองความ

ต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านความสามารถทางการเงิน

3) ปัจจัยองค์กรด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการเงิน

4) ปัจจัยองค์กรด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านความสามารถทางการเงิน

5) ปัจจัยองค์กรด้านภาวะการนำ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ และด้านความสามารถทางการเงิน

6) ปัจจัยองค์กรด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านความสามารถทางการตลาด และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความสามารถทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการเงิน

สรุปและอภิปราย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยองค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษาบริษัท ABC ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่เป็นผลจากการวิจัย ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันจะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานมีประสบการณ์ในด้านการทำงานจากหลายองค์กร จึงทำให้มีมุมมองต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรแตกต่างกันไปด้วย แต่ยังมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความสามารถทางการเงินขององค์กรที่ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีการสมรสแล้วมีบุตร มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลทางด้านครอบครัวที่แตกต่างจากพนักงานที่โสด และมีมุมมองเกี่ยวกับการวางแผนในการเกษียณอายุ สวัสดิการขององค์กรที่แตกต่างกันจึงทำให้มีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรแตกต่างกันไปด้วย แต่ยังมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความสามารถทางการเงินขององค์กรที่ไม่แตกต่างกัน

รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีรายได้เงินเดือนที่สูงจะเป็นพนักงานระดับวิศวกร ระดับหัวหน้างาน และระดับผู้บริหาร ซึ่งจะมีความรู้ ความเข้าใจในด้านกลยุทธ์ ด้านนโยบาย ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านภาวะการนำ และด้านเทคโนโลยีขององค์กรที่มากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการหรือพนักงานฝ่ายผลิต จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรแตกต่างกันไป

ด้วย แต่ยังมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในด้านประสิทธิภาพขององค์กรที่ไม่แตกต่างกัน

อายุงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่อายุงานน้อยก็จะทราบขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่น้อย แต่พนักงานมีประสบการณ์ในด้านการทำงานภายในองค์กรที่มากจะทำให้ทราบขีดความสามารถขององค์กรที่มากตามไปด้วย ได้เห็นความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป จึงทำให้มีมุมมองต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรแตกต่างกันไปด้วย

2. ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรพบว่า

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยองค์กรมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร เนื่องจากปัจจัยองค์กร ด้านกลยุทธ์ ด้านนโยบาย ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านภาวะการนำ และด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร เพราะถ้าปัจจัยองค์กรมีความเอื้อต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร ก็สามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรได้ ทั้งในด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความสามารถทางการเงิน ดังนั้นปัจจัยองค์กรมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Wiggins and Ruefli. (2002). ได้กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันคือความสามารถหรือกลุ่มของความสามารถหรือทรัพยากรหรือกลุ่มของทรัพยากรที่ทำให้บริษัทได้เปรียบคู่แข่งซึ่งนำไปสู่การดำเนินงานที่เหนือกว่าหรือสามารถสรุปได้ว่า ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เหนือกว่าบริษัทคู่แข่งรายอื่นๆ การมีทรัพยากรที่ดี มีกลยุทธ์ธุรกิจที่ดี ย่อมส่งผลมากในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นองค์กรที่มีประสิทธิภาพอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ ต้องใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงสามารถสร้างสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพ มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือบริษัทอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยองค์กรกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษาบริษัท ABC ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยองค์กรที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยซึ่งสามารถเสริมสร้างองค์ความรู้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ รวมถึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ อีกทั้งรูปแบบการวิเคราะห์นั้นธุรกิจได้อีกหลายภาคส่วนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสำหรับภาคอุตสาหกรรมที่อยู่ในบริบทของการแข่งขันรูปแบบเดียวกันหรือรูปแบบที่คล้ายกันได้

2. ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ผลการวิจัยครั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล ส่งเสริมธุรกิจภาคการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและกำหนดแนวทางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสนับสนุน ส่งเสริมธุรกิจภาคการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศได้อย่างถูกต้องตรงประเด็น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ในโอกาสต่อไป

3. ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของไทยสามารถประเมินความสามารถในการแข่งขันในอนาคตของตนเอง และได้ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในตลาดการค้าโลก รวมถึงสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคตได้นอกจากนี้อุตสาหกรรมผลิตสินค้าอื่น ๆ ที่อยู่ในบริบทของการแข่งขันที่คล้ายกันก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เช่นเดียวกัน

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ของการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต หรือการสนทนากลุ่ม ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลเชิงลึก

2. การศึกษาวิจัยปัจจัยองค์การกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรกรณีศึกษาบริษัท ABC สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยปัจจัยองค์การกับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรอื่นๆได้

****ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ ได้ค่าดัชนี 0.79 %**

รายการอ้างอิง

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2554). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว*. สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2554). *ผลการวิเคราะห์ ตัวชี้วัดและแนวทางการจัดการจุดอ่อน ของประเทศไทยจากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน โดย WEF และ IMD*. สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จิตรลดา พันธุ์พัฒนาสกุล และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2562). *การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วารสารบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีมหานคร

ศิริณ พงศ์มพัฒน์. (2541). *โครงการประเมินนโยบายและมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย*. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธำรง อังสุรัตน์โกมล. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการถ่านมัน ลำปางหลังไทย กรณีศึกษาผู้ประกอบการถ่านมัน จังหวัดอุบลราชธานี*.

พรชัย ศักดิ์สกุลพรชัย. (2554). *การประเมินสภาพเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอาเซียน*. มหาวิทยาลัยศิลปากร/นครปฐม.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุดมอ. (2554). *การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย*. วารสารวิทยาการจัดการ

วิทยา คำนธำรงกุล. (2546). *การบริหาร (Management)*. กรุงเทพฯ. เชอร์คเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.

ศศิวิมล แสงสุวรรณ, อนิรุทธิ์ ผลกลี, และอัจฉริยา อิศสระไพบูลย์. (2556). *ผลกระทบของกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์สมัยใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สถิตย์ รินทา. (2553). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการความคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานแขนงธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมยศ นาวิการ. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ 1991.212

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). *ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากลเพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์*.

สุดาพร สาวม่วง และ นวพร สังวร (2557). *กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกยางพาราไทยสู่ประชาคมอาเซียน*. วารสารสมาคมนักวิจัย.

สุวิชัย สุกรานนท์. (2549). *ยุทธศาสตร์การแข่งขัน*. กรุงเทพฯ. บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

อรพรรณ มาตช่วง. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทุนมนุษย์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อรรณพ เรืองกัลปวงศ์,สรารวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ และวรนาถ ศรีพงษ์. (2553). *ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง*. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

อักรยุทธ สุนทรวิภาต และทิดนันทน์ มัลลิกะมาส. (2537). *ฐานะการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน*. ฝ่ายวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: TP Print Limited

- Bharadwaj, S.G., Varadarajan, P.R. and Fahy, J. (1993). *Sustainable competitive advantage in service industries: A conceptual model and research propositions*. Journal of Marketing, 57(4)
- Buckley, P. J., & Casson, M. (1988). *A theory of cooperation in international bussiness*. In F. J. Contractor & P.Lorange (Eds.). Cooperative strategies in international Business. Lexington, MA: Heath
- Fuller,T. (2004). *Corporate Ethical Futures Responsibility for the shadoe on the future of Today's Ethical Corporation*. New York: John Wiley & Sons.
- Johne, A. (1999). Successful market innovation. European Journal of Innovation Management
- Peteraf, M. 1993. *The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View*. Strategic Management Journal. 14: 179–191.
- Porter. (1980). *ความสามารถทางการแข่งขัน*. [ออนไลน์] สืบค้นได้จากเว็บไซต์ www.pattanieconomy.wordpress.com/2019/12/03/ สืบค้น 10 ตุลาคม 2563
- Porter, M.E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : The Free Press. 4.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York : The Free Press.

- Sirikrai, M. A., & Tang, J. C. S. (2006). *Industrial Competitiveness analysis: Using the Analytic Hierarchy Process*. The Journal of High Technology Management Research, 17(1)
- Ukenna, I.J. (2010). How to Measure Return on Investment into Human Capital Development on Organizational Performance: Empirical Examination of the Perception of small Business Owners in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. 26(11)
- Vos, J. (2005). *Developing Strategic Self-description of SMEs*. Technovation, 25