

รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย

The Model of Competitiveness OTOP SMEs entrepreneurs in Thailand

สุดใจ ผ่องแผ้ว (Sudjai Phongphaw)*

นุจรี ภาคาสัตย์ (Nuchjaree Pakasat)**

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยเชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขันและตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 1,585 ราย ผู้ประกอบการ โดยสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบและสุ่มแยกประเภทตามผลิตภัณฑ์ ได้รับแบบสอบถามคืนกลับมา 386 ราย ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 96.50 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) โดยใช้โปรแกรม LISREL

ผลการวิจัยพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ OTOP มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 146.19 ที่องศาอิสระ (df) 121 ค่า (p-value) เท่ากับ 0.059 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.208 ดัชนีวัดค่าความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ GFI เท่ากับ 0.962 และค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.940 ค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.023 นอกจากนี้ผลงานวิจัยยังพบว่า (1) ทูทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน (2) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน (3) ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน (4) ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ผลการยืนยันโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขันว่ามีความสัมพันธ์กัน มีความเป็นไปได้ และความถูกต้อง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการวิจัย

* ผู้วิจัย สุดใจ ผ่องแผ้ว สาขาการพัฒนองค์กรและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Researcher : Sudjai Phongphaw Major Organization Development and Human Capability Management Graduate School of Commerce Burapha University

** อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. นุจรี ภาคาสัตย์ สาขาการพัฒนองค์กรและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E mail : nuchareep@buu.ac.th

Thesis Adviser : Dr. Nuchjaree Pakasat Major Organization Development and Human Capability Management Instructor of Graduate School of Commerce Burapha University

คำสำคัญ : ความสามารถทางการแข่งขัน, ทุนทางปัญญา, ความสามารถทางนวัตกรรม, ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด, ผลการดำเนินงาน, ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs

Abstract

The objectives of this research were to found factor of causal relationship model of competitiveness indicated that the intention towards competitiveness was a direct cause of performance. The researchers used quantitative methods which involved empirical research. The research tool was a questionnaire to collect data from 1,585 entrepreneurs in Small and Medium Enterprises. The sample random Systematic Random Sampling and Stratified Random Sampling. The respondents were 386 entrepreneurs (96.50%). The statistics used in data analysis were frequency, mean, and structural equation model analysis by using LISREL.

It was found that the model was consistent with the empirical data. Goodness of fit measures were found to be: Chi-Square (χ^2) is 146.19 at degree of freedom 121, P -value 1.208 Chi-Square relative (χ^2/df) is 0.719, Goodness of Fit Index (GFI) is 0.995. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) is 0.979 and Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) is 0.023 It was also found that (1) Intellectual Capital had a positive and direct influence on competitiveness (2) Innovativeness had a positive and direct influence on competitiveness (3) Marketing Entrepreneurship had a positive and direct influence on competitiveness (4) competitiveness had a positive and direct influence on performance. The result confirms a causal relationship model of competitiveness. Among five components of model of a causal relationship model of competitiveness are found: propriety, accuracy, utility, accordance with relevant theories and research of conceptual frameworks.

Keywords : Intellectual Capital, Innovativeness, Marketing Entrepreneurship, Competitiveness , Performance, OTOP SMEs entrepreneurs

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้กล่าวถึงประเด็นการพัฒนาที่สำคัญเป็นกรอบในการจัดทำยุทธศาสตร์ต่อเนื่องจากที่ผ่านมา โดยมีสาระสำคัญประการหนึ่งในการมุ่งเน้นสร้างความตระหนักของการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสามารถทางการแข่งขัน ที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าประเทศไทยต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในระดับโลกและภายในประเทศที่ยังไม่สามารถผลักดันให้ยกลำดับการแข่งขันด้านเศรษฐกิจให้ทันต่อสังคมโลกกับการเปิดประตูการไร้พรมแดนที่เป็นอยู่ เทคโนโลยีกระทบกับความเปราะบางอยู่ทางสังคม ขณะที่ประเทศไทยมีปัญหาด้าน

วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัย นวัตกรรมให้ขับเคลื่อนความสามารถทางการแข่งขันท่ามกลางข้อจำกัดมากมาย ที่ส่วนใหญ่เกิดจากองค์ความรู้ ทักษะ สังคม การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรปัญหาอุปสรรคการพัฒนา ประเทศจำเป็นต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ ต่อการพัฒนาให้มีความมั่นคง มั่นคั่ง ยั่งยืนได้อย่างไร จากความฉีก ผวนที่รวดเร็วสร้างผลกระทบชัดเจนต่อประเทศไทยในเชิงลบมากมาย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี มีบทบาทหน้าที่หลักต่อ ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 โดยอาศัยหลักการสำคัญของการเชื่อมโยงตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กำหนดทิศทางนำไปสู่เหตุผลการกำหนดทิศทางภายใต้กรอบแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงบนรากฐานที่ สำคัญต่อการขับเคลื่อนมุ่งเน้นพัฒนาภาคการเกษตรเชื่อมโยงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน การสร้างภูมิคุ้มกันโดยนำทุนของประเทศที่เป็นรากฐาน อันประกอบด้วยทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทาง สังคม (Social Capital) และทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital) อันนำไปสู่การเติบโตและสร้างขีด ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศจากการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมในการเพิ่มผลิตภาพทางด้านการเกษตร อีกทั้งให้ความสำคัญต่อการพัฒนา กระบวนการผลิตด้วยวิธีการใหม่ ๆ รวมถึงการคิดค้นหาวิธีในการตอบสนองต่อการบริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ ให้เปลี่ยนไปมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีในการตอบโจทย์การนำเสนอความคาดหวังของลูกค้าให้เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการ แก้ปัญหารากเหง้าที่มีมาอย่างยาวนาน รวมถึงการพัฒนาพื้นฐานให้แข็งแกร่ง (สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี)

ทั้งนี้ผลกระทบที่ผ่านมาการสร้างความสำเร็จเติบโตของสินค้าโอท็อปยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เท่าที่ควร เหตุผลอันเนื่องมาจากการพัฒนาที่ผ่านมาพบว่าปัญหาเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้อต่อการ พัฒนาทำให้เกิดช่องว่างเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น การมุ่งเน้นการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนมูลค่าการผลิตสูง กว่าภาคการเกษตร ทำให้เกิดเป็นประเด็นปัญหาด้านเศรษฐกิจภายในประเทศต่ำลง ขณะที่ฐานรายได้ที่เกิดจาก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นฐานรายได้ของประชาชนส่วนใหญ่อ่อนแอลง โดยเฉพาะกลุ่มทุน อุตสาหกรรมที่มีอำนาจต่อรองในเชิงนโยบายต่อรัฐบาล รวมถึงการผูกขาดทางการค้าเป็นอุปสรรคต่อการสร้าง โอกาสให้วิสาหกิจชุมชนที่อยู่นอกระบบขาดการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนทั้งในเชิงนโยบายและสิทธิประโยชน์ อื่น ๆ รวมถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและข่าวสารในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ รวมถึงด้านปัญหา ต่าง ๆ และเงินลงทุน ทั้งนี้ยังรวมถึงผลผลิตต่ำ นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาจากกลุ่มนายทุนที่มาตักตวงผลประโยชน์ จากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ทำให้ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ทำให้เกิด การพึ่งตนเองได้ลดลง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ; www.nesdb.go.th)

จากประเด็นความสำคัญข้างต้นสืบเนื่องถึงร่างกรอบยุทธศาสตร์แห่งชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558 – 2577) และทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) และนโยบายความ มั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2558 – 2564) ที่ได้กำหนดการวางแผนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจเพื่อผลักดันให้ ประเทศไทยปรับตัวในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ปรากฏอย่างชัดเจน ของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายเรื่องสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาล ทั้งนี้ภาครัฐตระหนักถึง ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบด้านความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศต่าง ๆ ซึ่งพบว่า

ประเทศไทย อยู่ในระดับที่ต่ำ ทำให้ภาครัฐต้องเร่งกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางในการพัฒนาประเทศ (มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย, 2550) จึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อค้นหาว่าอะไรที่เป็นสาเหตุอันส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ที่ผลักดันเศรษฐกิจภายในประเทศให้เพิ่มขึ้นไปพร้อมกับศักยภาพของระดับความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ประเทศไทย ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผลักดันประกอบด้วย ทูทางปัญญา ความสามารถทางนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด โดยมีเหตุผลจากข้อค้นพบที่ว่า การนำทรัพยากรในทุนทางปัญญาทั้งหมดมาใช้ผลักดันเพื่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขัน มาสร้างสรรค์ร่วมกับความสามารถทางนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในการพัฒนาปรับปรุงปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน และแสวงหาวิธีการบริหารจัดการทางการตลาด (Kianto, Andreeva and Pavlov, 2013,) เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการในการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน (Beverly and Robert (2003) ท้ายที่สุดนั้น ต้องคำนึงลักษณะขององค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงสอดคล้องกันในการที่เพื่อนำจะไปประยุกต์ใช้ในเกิดประโยชน์สูงสุด

ดังนั้นในการศึกษา จึงมุ่งเน้นศึกษาถึงประเด็นที่สำคัญขององค์ประกอบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบ OTOP ว่าปัจจัยเชิงสาเหตุของความสามารถทางการแข่งขันมีรูปแบบอย่างไรที่จะทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ตามที่ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงต้องการเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยผู้วิจัยหวังว่าผลที่ได้รับจะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปปรับใช้เป็นแนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทยให้มีศักยภาพสามารถสร้างเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และผลักดันระดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศให้เกิดความมั่งคั่ง มั่นคงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ OTOP ของในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ภายในของปัจจัยเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)

Stewart (1997) กล่าวไว้ในนิตยสารฟอร์จูน (Fortune Magazine Published) ซึ่งเป็นบทความ Brain power มีใจความสำคัญที่ว่า “หาอย่างไรรที่จะทำให้อุตสาหกรรมปัญญาเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าที่สุดของอเมริกา” เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าทุนปัญญาสามารถเป็นตัวอธิบายระหว่างมูลค่าตลาดของบริษัท และต้นทุนในการแปลงสภาพสินทรัพย์ที่เกิดจากการเพิ่มคุณค่าของสินค้าใหม่ที่จะพัฒนามาจากความคิดผสมผสานกับต้นทุนทาง

นวัตกรรมที่เกิดจากเทคโนโลยี โดยทั้งนี้องค์กรต้องมีทุนทางทรัพยากร ประกอบด้วยส่วนของโครงสร้างและกระบวนการที่มีความสอดคล้องกันสามารถเผชิญต่อการแข่งขันทางการตลาดที่มีความรุนแรงได้อย่างแท้จริงในเวลาเดียวกันยังพลิกผันสถานการณ์สามารถสร้างผลการดำเนินงานได้อย่างน่าอัศจรรย์ ขณะที่ Riahi-Belkaoui (2003) ได้กล่าวว่า ทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

Tanasa (2015) กล่าวว่า เป็นกลยุทธ์ของการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ หนึ่งในแนวนโยบายข้อบังคับสำหรับนักวิชาชีพบัญชีของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (International Federation of Accounts) IAFC 1998 ได้กล่าวถึง ทุนทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ที่ชัดเจน (Explicit knowledge) และความรู้ที่อยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) ซึ่งนำไปสู่เหตุผลที่ว่าองค์การจำนวนมากมุ่งมั่นต่อผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ทุนทางปัญญาเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์ที่ได้กำหนดประเด็น คือ 1) ผลักดันภายใต้กฎหมายและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ 2) การเผยแพร่ของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็วขององค์การเป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังนั้นในยุคปัจจุบันสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้เริ่มมีค่ามากกว่าสินทรัพย์ที่จับต้องได้ 3) ผลกระทบของทุนทางปัญญาเริ่มมีบทบาทในการขับเคลื่อนขีดความสามารถอันนำไปสู่การสร้างผลกำไร

แนวคิดความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)

ความสามารถทางนวัตกรรมนั้นมีการมุ่งเน้นในมิติที่แตกต่างกัน กล่าวคือ มิติความสามารถนวัตกรรมเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับประเทศ และระดับองค์การซึ่งก็จะมีนิยามความหมายที่แตกต่างกันออกไป (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ ,2553; Rutherford & Holt,2007) ทั้งนี้ในมุมมองของ อนุวัฒน์ ทรัพย์พิชผล และธีรกร เกียรติบันลือ (2550) ได้กล่าวถึงการศึกษาของ Cruikshank ในวิถีแห่งแอปเปิล 12 บทเรียนการจัดการบริษัทที่มีนวัตกรรมก้าวล้ำหน้าที่สุดในโลก สรุปว่า นวัตกรรมเกิดขึ้นได้จากการคิดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรมนุษย์และกลยุทธ์ผลักดันให้นวัตกรรมเกิดความสำเร็จ นั้นแสดงถึงการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดีที่สุดพร้อมกับการออกแบบที่ครอบคลุมถึงการวางแผนการตลาดที่ความชาญฉลาด ภายใต้การวางแผนงานแบบแอปเปิลโดยอาศัยแนวคิดวงจรเดมมิง วางแผน ปฏิบัติตามแผน ตรวจสอบ และแก้ไข (Plan Do Check Act) นวัตกรรมในองค์การเกิดภายใต้การคิดแบบแตกต่างของความต้องการทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พร้อม ๆ ไปด้วยเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนเข้ามาเพิ่มพร้อมไปกับความฉลาดของลูกค้าในการตัดสินใจเลือก ดังนั้นสิ่งที่สำคัญความสามารถทางนวัตกรรม คือ การคาดการณ์ไวล่วงหน้าเพื่อรอการตอบสนองต่อการใช้งานของลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายหลักขององค์การ ผลการศึกษาของ Yusof and Jarad (2011) พบว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นตัวผลักดันให้เกิดการสร้างโอกาสนวัตกรรมทางการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อนวัตกรรม และผสมผสานหลายมิติบนหลักการพัฒนาผ่านบุคลากรที่มีศักยภาพทำให้องค์กรมีความสามารถทางการแข่งขัน

แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด (Entrepreneurial Marketing)

ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด หมายถึง กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการสร้างโอกาส โดยมีกระบวนการของกิจกรรมที่ระบุโอกาส() ทั้งนี้ต้องมีการประเมินมูลค่าและแสวงหาทรัพยากรที่จำเป็นในการบริหารจัดการให้ได้ผล อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดเป็นวิธีการกระบวนการทางความคิดที่ปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง จึงเป็นที่มาของแนวคิดวิจัยการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการ เริ่มการศึกษาจริงจัง ที่มหาวิทยาลัยชิคาโกในช่วงระหว่างปี 1982 – 1997 เป็นการประชุมสัมมนาครั้งแรกที่จัดขึ้นโดยสมาคมการตลาดอเมริกันในหัวข้อ การตลาดและความเป็นผู้ประกอบการ เกิดจากสถานการณ์ที่จำเป็น 2 ประการ คือ 1) ลักษณะทางการตลาดที่ไม่ต่อเนื่อง ผู้ประกอบการแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนในสิ่งที่จำเป็นแต่ไม่ได้รับการตอบรับ และ 2) ความต่อเนื่องของตลาดในอนาคต กลยุทธ์การตลาดในทิศทางความต้องการในปัจจุบัน และการนำเสนอตลาดใหม่ในอนาคตและการนำเสนอของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ยังมีมุมมองในแนวคิดของ Collinson and Shaw,(2001) ได้กล่าวถึงการบ่งชี้ 1) การวางแผนทางที่จะเปลี่ยน 2) การระบุและการใช้ประโยชน์จากโอกาส รวมถึง 3) การแนวทางไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรม ตามที่ Duarte (2011) ได้ทำการสรุปว่าความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทต่อการนำเสนอมุมมองทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์กลยุทธ์ความสำเร็จขององค์กร ให้ความสำคัญการพิจารณาความสำคัญจากมุมมองภายในองค์กร ทั้งนี้ความเป็นผู้ประกอบการมีมาตรวัดความสำเร็จ คือ การวางแผนเชิงรุก (Proactivity)นวัตกรรม (Innovation) ความเสี่ยง (Risk propensity) ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นว่า การที่มีลักษณะส่วนบุคคลนั้นมีทิศทางไปกับมุ่งมั่นต่อความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างไร

แนวคิดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness)

Davol., Mayor and Hera (2011) ที่กล่าวอธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันมีนิยามความหมายที่แตกต่างกัน 3 ระดับ คือ ระดับองค์การ ระดับอุตสาหกรรม ระดับชาติ ทั้งนี้ได้เสนอนิยามของความสามารถในการแข่งขันระดับชาติ ซึ่งเป็นเป็นตัวแปรเศรษฐกิจระดับมหภาค โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดอัตราแลกเปลี่ยนสัดส่วนการส่งออกของประเทศต่อการมีส่วนร่วมในตลาดโลก และนิยามความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจระดับจุลภาคที่มีตัวชี้วัดของรายได้และมาตรฐานการครองชีพ ซึ่งต่อมาได้มีการศึกษา Li and Xie (2013) ทำศึกษาเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ SMES ในประเทศจีน พบว่า ตัวชี้วัดในระดับเศรษฐกิจระดับจุลภาค ประกอบด้วย รายงานของอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของการลดต้นทุนการผลิต และ ผลกำไรที่เกิดขึ้น อัตราส่วนของการเพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมต่อจำนวนลูกจ้าง อัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรต่อการเจริญเติบโตในปีเทียบกับปีที่ผ่านมา อัตราส่วนของการทำกำไรกับสินทรัพย์รวม อัตราส่วนการเติบโตของยอดขายในปีเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยประเด็นที่สำคัญของระดับประเทศสะท้อนให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตัวชี้วัดของผู้ประกอบการที่เกิดจากส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ SME และตัวชี้วัดภาคอุตสาหกรรมพิจารณาจากส่วนแบ่งของการมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมต่ออุตสาหกรรมทั้งหมดในภูมิภาค รวมถึงส่วนแบ่งของรายได้ของธุรกิจ SME ต่อรายได้ทั้งหมดของภูมิภาค ท้ายสุดคือส่วนแบ่งของการเพิ่มของจำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจ SMEต่อจำนวนพนักงานทั้งหมดของภูมิภาค ประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ

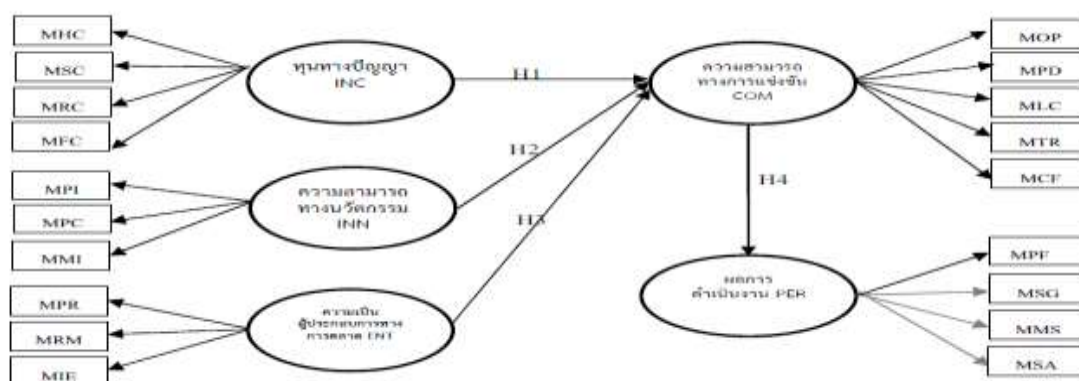
ประเด็นสะท้อนให้เชิงประจักษ์ว่าผู้ประกอบการ SME และสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศและการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดผลการดำเนินงาน (Performance)

Kalkan, Bozkurt and Arman (2014).ได้ให้ความหมายว่าเป็น ผลลัพธ์ของการตัดสินใจผลักดันองค์การที่ถูกสะท้อนผลออกมา ทั้งผลลัพธ์ทางด้านมุมมองการเงิน และมุมมองที่ไม่ใช่ทางการเงินให้แก่องค์กร ทั้งนี้ นิสยาการณ์ ชนะคำ (2557) นำเสนอของความแตกต่างในอีกแง่มุมที่กล่าวว่าเป็นระดับของการบรรลุเป้าหมายที่เกิดจากระบบภายในคือ ความสามัคคี นวัตกรรม รวมถึงการพัฒนาองค์การ

ทั้งนี้ได้มีกลุ่มนักวิชาการได้ทำการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ประสิทธิภาพล้วนแต่มีความแตกต่างกันของแต่ละการมุ่งเน้นในการหาคำตอบของการศึกษา ซึ่งในท้ายที่สุดมาตรวัดหรือเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพย่อมมีความแตกต่างกันไปตามบริบทในสิ่งที่ผู้วิจัยหรือนักวิชาการต้องการศึกษาเฉพาะเจาะจงไปในเรื่องนั้น ๆ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาในบริบทของ Eigenhuis and Dijk (2007) ที่กล่าวถึง ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสำเร็จที่แท้จริงที่เกิดจากคุณภาพผลิตภัณฑ์ (quality of product) และ ด้านการเงิน (Financial) และ มุมมองของ มั่นสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550) ที่กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรวัดได้จากการใช้ทรัพยากรขององค์กร และผลลัพธ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การเพิ่มขึ้นของยอดขาย และ ผลกำไร และแนวคิดของ Kaplan and Norton (2004) ที่กล่าวมิติทางการเงิน (Financial Perspective) มิติด้านกระบวนการดำเนินงาน (Internal Work Process Perspective) และมิติทางด้านลูกค้า (Customer Perspective) และ Yeoman and Beattie (2011) โดยมีวัตถุประสงค์หลักไปที่การควบคุมต้นทุน (Cost control) แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่มีผลกระทบต่อผลกำไร เมื่อรายได้และต้นทุนมีช่วงของความห่างนั้นแสดงถึงศักยภาพสำหรับการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และ Anderson, (1998) ที่กล่าวว่า เป็นความคาดหวังของนักพัฒนาองค์การมืออาชีพที่ส่งผ่านความสามารถในการวัดในเชิงปริมาณที่เกิดจากการเพิ่มมูลค่าที่เกิดจากการพัฒนาองค์การที่เกิดจากการออกแบบแทรกแซงจากการวัดการเจริญเติบโต

กรอบคิดและสมมติฐานในการวิจัย



ภาพที่ 1 โมเดลสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขัน

จากภาพที่ 1 ตัวแปรแฝงนอกการทุนทางปัญญา (INC) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ทุนมนุษย์ (MHC) ทุนทางโครงสร้าง (MSC) ทุนทางความสัมพันธ์ (MRC) ทุนทางการเงิน (MFC) ตัวแปรแฝงนอกความสามารถทางนวัตกรรม (INN) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (MPI) นวัตกรรมกระบวนการ (MPC) นวัตกรรมการตลาด (MMI) ตัวแปรแฝงนอกความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด (ENT) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ การวางแผนทางเชิงรุก (MPR) การจัดการความเสี่ยงทางการตลาด (MRM) การสร้างสรรค์วิจัยพัฒนา (MIE) ตัวแปรแฝงภายในความสามารถทางการแข่งขัน (COM) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ (MQP) การสร้างความแตกต่าง (MPD) การลดต้นทุนการผลิต (MLC) ความเชื่อถือในตราสัญลักษณ์และผลิตภัณฑ์ (MTR) การรับรองมาตรฐาน (MCF) และตัวแปรแฝงภายในผลการดำเนินงานองค์การ (PER) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ผลกำไร (MPF) การเติบโตของยอดขาย (MSG) ส่วนแบ่งการตลาด (MMS) และความพึงพอใจของลูกค้า (MSA)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน รวม 1,585 ราย ผู้ประกอบการ ที่ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ของกรมพัฒนาชุมชน (คู่มือการดำเนินงานผู้ผลิตผู้ประกอบการรายใหม่ ประจำปี 2558) โดยสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบและสุ่มแยกประเภทตามผลิตภัณฑ์ สำหรับกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง 20 รายผู้ประกอบการต่อตัวแปรสังเกตได้ (สุริมล ติรกันันท์, 2551) โดยในการศึกษามีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 19 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 380 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและลดความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่ม 400 ชุด ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ 386 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.50 ของอัตราการตอบกลับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเชิงความเห็น โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยต่างประกอบด้วย ทุนทางปัญญา , ความสามารถทางนวัตกรรม, ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด, ความสามารถทางการแข่งขัน, ผลการดำเนินงาน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีวัดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน นอกจากนี้ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง และข้อมูลที่เก็บได้จริงจากผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียน (n=386) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่าความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของแต่ละตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2006) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected- Item Total Correlation) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป

ไม่มีการตัดข้อคำถามออกจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) โดยการตรวจสอบแบบรวมศูนย์ (Convergent validity) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมด พบว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ค่า Variance extracted มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (Hair et al., 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ OTOP ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 1.การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) 2. ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) และ 3. ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) (Hair et al., 2006) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลตัวแปรทั้งหมดของการศึกษาเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 386 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 285 คน ร้อยละ 73.80 มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40-49 ปี มากที่สุด จำนวน 139 คน ร้อยละ 36 ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเดียว และวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 36 และ 31 ระดับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ร้อยละ 45.60 ระยะเวลาที่จดทะเบียนเป็น OTOP มีอายุเฉลี่ย 10-12 ปี มากที่สุด จำนวน 113 คน ร้อยละ 29.30 มีสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 378 รายผู้ประกอบการ ร้อยละ 97.90 และมีพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 378 รายผู้ประกอบการ ร้อยละ 95.30 ผู้ประกอบส่วนใหญ่เข้าอบรมการพัฒนาความรู้ความสามารถ ปีละ 2- 4 ครั้ง จำนวน 172 รายผู้ประกอบการ ร้อยละ 44.60

2. ระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์ พบว่าภาพรวมทุกปัจจัยอยู่ในระดับสูง พิจารณาจากค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ความสามารถทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.31 ส่วนความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.26 และ ทักษะปัญญา มีค่าเฉลี่ย 4.24 น้อยที่สุด ผลการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ย 4.23

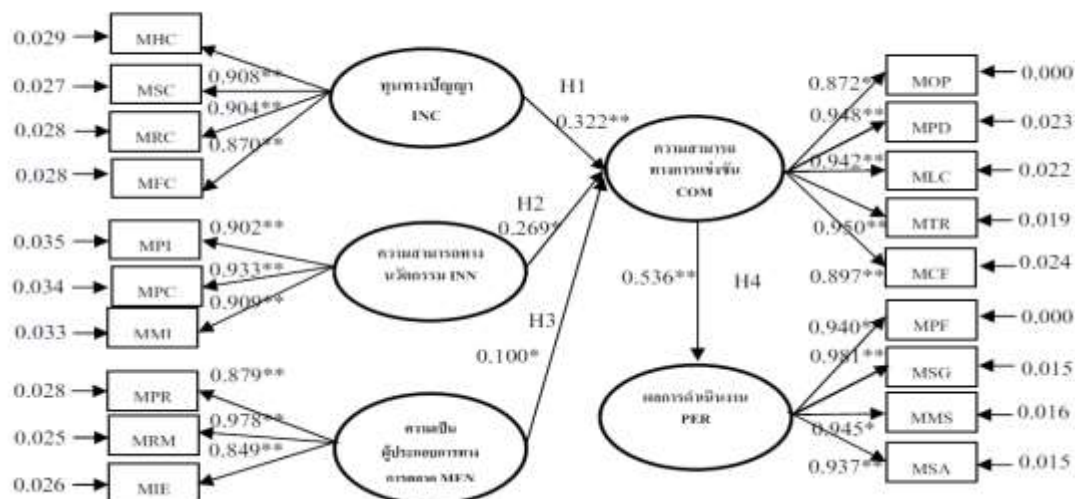
3. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุ ความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า ทักษะปัญญา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.322 และ ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.269 โดย

ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.100

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ภายในของปัจจัยเชิงสาเหตุของความสามารถทางการแข่งขัน ที่มีต่อผลการดำเนินงาน

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 แสดงผลการวิจัย พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างที่มีการปรับโมเดลเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาตามความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในทางทฤษฎี ด้วยแสดงถึงผลการวิจัยที่ยอมรับสมมุติฐานหลักว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



$\chi^2 = 146.19$, $df = 121$, $\chi^2/df = 1.208$, $p\text{-value} = 0.592$, $GFI = 0.962$, $AGFI = 0.940$, $RMSEA = 0.023$

* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} \geq 2.576$)

ภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 1 สามารถแสดงผลการวิจัยของโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 146.19 องศาอิสระ (df) เท่ากับ 121 ค่า $p\text{-value}$ มีค่าเท่ากับ 0.592 และค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.208 หากเมื่อพิจารณาในประเด็นดัชนีระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.962 และค่าปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลโดยการปรับแก้ด้วยความซับซ้อนของโมเดล ($AGFI$) มีค่าเท่ากับ 0.940 ส่วนค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า ($RMSEA$) มีค่าเท่ากับ 0.023 (Hair et al., 2006) จึงสรุปได้ว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างโมเดลมาตรฐานวัดโดยรวมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถร่วมกันอธิบายตัวแปรความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานองค์การได้ร้อยละ 28.30 และ 28.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรผล	COM			PER					
ตัวแปรสาเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE			
INC	0.322** (0.053)		0.322** (0.053)		0.173** (0.031)	0.173** (0.031)			
INN	0.269** (0.052)	-	0.269* (0.052)		0.144** (0.030)	0.144** (0.030)			
ENT	0.100* (0.047)	-	0.100* (0.047)		0.053* (0.026)	0.053* (0.026)			
COM	-	-	-	0.536** (0.048)	-	0.536** (0.048)			
ตัวแปรสังเกตได้	MHC	MSC	MRC	MFC	MPI	MPC	MMI	MPR	KRM
R ²	0.760	0.825	0.818	0.757	0.814	0.871	0.826	0.773	0.957
ตัวแปรสังเกตได้	MIE	MQP	MPD	MTR	MCF	MPF	MSG	MMS	MSA
R ²	0.721	0.760	0.899	0.886	0.903	0.805	0.884	0.962	0.878
ตัวแปรแฝงภายใน	COM			PER					
R ²	0.283			0.287					

$\chi^2 = 153.19$ df = 121, $\chi^2/df = 1.208$, p -value = 0.023, GFI = 0.962, AGFI = 0.940, RMSEA = 0.023

หมายเหตุ : DE = direct effect, IE = indirect effect, TE = total effect

* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} \geq 2.576$)

การอภิปรายผลการศึกษา

ทุนทางปัญญาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.322 ทั้งนี้เพราะว่า องค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยกลไกของพื้นฐานของความรู้ที่มีอยู่ในตัวของบุคลากรที่ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการความรู้ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่าการลงทุนทางทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรที่ประกอบด้วยทุนทางการเงิน ทุนทางโครงสร้าง ทุนทางความสัมพันธ์มีความสำคัญ และทุนมนุษย์มีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันความสำเร็จขององค์กรที่มีความแตกต่างจากองค์กรที่เป็นคู่แข่งทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kianto, A.; Andreeva, T., and Pavlov, Y. (2013) ที่กล่าวว่าผลกระทบของการบริหารจัดการทุนทางปัญญามีผลต่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของทุกองค์กรในการผลักดันผลการประกอบการให้เพิ่มขึ้น Andreeva, T. and Kianto, A. (2012). ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของบทบาทของความรู้ที่องค์กรนำมาบริหารจัดการจนกลายเป็นทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่มีมูลค่า

ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.269 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าองค์กรจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นผ่านบุคลากร โดยมุ่งเน้นทั้งนวัตกรรมที่เกิดจากการสร้างหรือพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายอีกทั้งการประสานกับหน่วยการผลิตสอดคล้องกับ นุจรี ภาควิชาศัลยศาสตร์, 2558 ที่กล่าวความสามารถทางนวัตกรรมเกิดจากพฤติกรรมของบุคลากรภายในประสานงานร่วมมือกันผลักดันให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นทำให้องค์กรเกิดความสามารถทางการแข่งขันทั้งนี้รวมถึงความร่วมมือกับผู้นำยวัตฤติบให้แตกต่างไปจากเดิมโดยการเพิ่มมูลค่าให้เกิดขึ้น และสร้างสรรค์กระบวนการใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น และส่วนที่สำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจอันได้แก่การสร้างนวัตกรรมทางช่องทางการจำหน่ายการตลาดให้เพิ่มขึ้น

ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จอันไปสู่การสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้เกิดขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Scarbrough ที่ค้นพบว่าความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรผสมผสานความร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบนำมาซึ่งการสร้างนวัตกรรมกระบวนการให้เกิดขึ้น หากพิจารณาพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดการแพร่กระจายทางนวัตกรรม Rogers (1983)

ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.100 ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการทางการตลาดเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงเป็นที่มาว่าผู้ประกอบการต้องมีความเป็นนักการตลาดมีหน้าที่การผลักดันให้องค์การขับเคลื่อนไปสู่องค์กรนวัตกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างความเป็นอาชีพ สร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจและขับเคลื่อนนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจนฝ่าฟันไปสู่ความประสบความสำเร็จที่ตั้งใจ ทั้งนี้จากการศึกษาของ Rosler (2014). กล่าวสรุปว่า วงจรชีวิตของความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ทัศนคติ ที่ให้ความสำคัญไปที่การเข้าร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อความร่วมมือด้านต่าง ๆ และมุ่งเน้นความเสี่ยงความเพียรพยายามที่มุ่งเน้นคุณภาพ ปัจจัยต่อมาคือทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานและพฤติกรรมที่จำเป็นในการสร้างความสำเร็จในการเติบโตด้วยการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นกับองค์กรปัจจัยวัฒนธรรมคือการสนับสนุนการตัดสินใจของแต่ละคนในการระบุและตระหนักต่อประโยชน์ร่วมกันรวมถึงความร่วมมือ ปัจจัยแนวคิดทางการบริหารและกำกับดูแลภายใต้กระบวนการกฎระเบียบขององค์กรรวมถึงตลาดแรงงาน ลิขสิทธิ์ ภาษี ส่วนปัจจัยแนวคิดของการตลาดหมายถึงความจำเป็นในการนำเข้า กระบวนการแปลงสภาพที่เชื่อมกับความต้องการของลูกค้าและจำเป็นต้องค้นคว้าและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยแนวคิดของการเข้าถึงหมายถึงความพร้อมในการสนับสนุนกับพันธมิตรและการเป็นที่ปรึกษาภายในองค์กร และการถ่ายโอนความรู้ (Know how) รวมถึงการสร้างโอกาสในการเจริญเติบโต

ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.536 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ปัจจัยความสำเร็จของทุก ๆ องค์กรต่างมุ่งเน้นในการสร้างการเจริญเติบโตให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่าหัวใจของบุคลากรที่มีความตั้งใจในการทำงานจากทุนทางปัญญา สร้างสรรค์นวัตกรรม และความคงเส้นคงวาของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขององค์กรที่มุ่งมั่นต่อความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าสามารถสร้างความสำเร็จขององค์กรให้เกิดขึ้นอย่างมั่นคงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Asian Productivity Organization (2007) ได้สรุปผลการศึกษาของความสามารถทางการแข่งขันโดยมุ่งเน้นประเด็นของปัจจัยความสำเร็จประกอบด้วยการสร้างพันธมิตร สัญญาต่อลูกค้าว่าในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การมุ่งเน้นต่อการพัฒนาทุนทางปัญญา และการมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักต่อความต้องการของลูกค้าเกินความคาดหวังจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรองค์กรในท้ายที่สุด โดยสะท้อนให้เห็นจากนโยบายคุณภาพ และสร้างการบริหารจัดระบบคุณภาพ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรนำผลักดันให้เกิดอัตราผลตอบแทนทางการตลาดเพิ่มขึ้นถึง 297% ทั้งนี้สามารถสร้างผลการดำเนินการให้เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านกระบวนการ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และด้านการพัฒนาบุคลากร

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. ผลจากการวิจัย พบว่า ทูทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็น SME ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จประกอบด้วย นโยบาย สถาบันการเงิน ระดับความสามารถในการผลิต ทั้งนี้สามารถจำแนกองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ ทูทางการเงินที่นำมาลงทุนใช้ในการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความคุ้มค่าที่แสดงออกมาในรูปผลตอบแทนจากการลงทุน โดยที่มีทุนทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ขององค์กรที่เกิดจากบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และจำเป็นต้องมีโครงสร้างทางการภาพอันเป็นพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นนโยบาย ระเบียบกฎข้อบังคับ วัฒนธรรมการทำงาน โดยจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับทุนทางความสัมพันธ์ของเครือข่ายในทุกภาคส่วนในการผลักดันความสำเร็จในการผลักดันให้องค์กรเกิดความสามารถทางการแข่งขันจากคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างที่เกิดจากความร่วมมือควบคุมคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจากมาตรฐานสินค้าการรับรองมาตรฐาน ดังนั้นการสร้างขีดความสามารถขององค์กรขึ้นอยู่กับสมรรถนะของบุคลากรที่มีมาตั้งแต่พื้นฐานที่เรียกว่าภูมิปัญญาหรือจากการพัฒนาอบรมให้เชี่ยวชาญต่อการสร้างความเชี่ยวชาญและผลักดันความสำเร็จต่อการสนองตอบต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถทางการแข่งขัน (ปิยะดา พิศาลบุตร, จิราวรรณ คงคล้ายและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2559)

2. ผลจากการวิจัย พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็น SME จะสร้างความสามารถทางนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการผลักดันบุคลากรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์พัฒนาปรับปรุง หรือคิดสิ่งใหม่ต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพ รวมถึงการคิดหาวิธีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต กระบวนการจัดการต่าง ๆ ทำให้สร้างความแตกต่างจากเดิมทำให้ลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้การที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านคุณภาพทำให้ผลิตภัณฑ์ขององค์กรเป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐาน และองค์กรต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจต่อสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อทุกครั้งที่มีโอกาส

3. ผลจากการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็น SME จะมีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นควรต้องมีความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดที่เกิดจากทัศนคติในการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความเสี่ยง บุคลิกส่วนตัว การตัดสินใจ และทักษะที่เกิดจากทุนทางปัญญาในการดำเนินธุรกิจและทุนปัญญาทางการตลาด ทักษะการบริหารจัดการและทักษะเครือข่ายทางสังคม การมีความคิดสร้างสรรค์ โดยจำเป็นต้องมีไอเดียในการผลักดันให้เกิดสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทรเพ็ญ ฤทธิ์รงค์และวุฒิชิต สุนทรสมัย, (2559)ที่ว่าปัญหาของผู้ประกอบการปัจจุบันคือการจิตวิญญาณขาดความรู้และการบริหารจัดการที่มีระบบ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในองค์กรทั้งความเป็นครอบครัว ความเป็นเพื่อน บทบาทความเป็นพี่เลี้ยง การเป็นต้นแบบที่ดีของบุคลากร จากที่กล่าวมาทั้งสิ้นสามารถสรุปได้เป็น 3 ด้านคือ การวางแผนทางเชิงรุก การจัดการความเสี่ยงทางการตลาด

การสร้างสรรควิจยพัฒนาเป็นตัวหลักดันความสามารถทางการแข่งขันเพื่อใช้เป็นพื้นฐานของแบบแผนสำหรับการปฏิบัติร่วมกันทั้งนี้การส่งออกซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความแตกต่างไปจากเดิมผ่านกระบวนการพัฒนาจนทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง สามารถสร้างตราสัญลักษณ์เป็นของตนเอง และขอเข้ารับการคัดเลือกจนเป็นผลิตภัณฑ์ในแต่ละระดับที่แสดงถึงการได้รับการรับรอง ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการเลือกซื้อในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เห็นควรทำการศึกษาโดยการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP เดียวกันและต่างกัน โดยเฉพาะอยู่ต่างพื้นที่โดยมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันรวมถึงลักษณะการลงทุนว่ามีที่มาของลักษณะการเกิดความสามารถทางการแข่งขันอย่างไร ทั้งนี้สามารถรับรู้ถึงข้อค้นพบจากผลจากศึกษาทำให้เข้าใจการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อนำมาสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการนำไปใช้ในการบริหารจัดการแก่ผู้ประกอบการในโอกาสต่อไป และการศึกษาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ OTOP ของประเทศที่ประสบความสำเร็จกับประเทศไทย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของประเทศไทยให้สามารถสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องผลักดันให้ประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การศึกษาครั้งนี้มีมุมมองด้านทุนทางปัญญาเป็นแนวคิดทางด้านทรัพยากรของผู้ประกอบการที่ได้ลงทุนไปประกอบด้วย ทุนทางการเงินที่องค์กรได้นำมาใช้ในการดำเนินงานโดยวิธีการลงทุนจากตนเอง และการกู้ยืมจากสถาบันทางการเงินต่าง ๆ มาผสมผสานกับทุนทางโครงสร้างพื้นฐานที่นำมาหล่อหลอมภายในอันประกอบด้วย นโยบาย ระเบียบข้อบังคับ วัฒนธรรมการทำงานร่วมกันในการผลักดันพฤติกรรมการสร้างสรรคความสำเร็จผ่านทุนทางปัญญา ซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ทุนมนุษย์ที่เกิดจากบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ผ่านพฤติกรรมความร่วมมือ โดยที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทุนทางความสัมพันธ์กับเครือข่ายการสร้างร่วมมือ โดยทุกส่วนล้วนมีความสำคัญต่อการมุ่งเน้นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง

3. การศึกษาครั้งนี้มีมุมมองด้านความสามารถทางนวัตกรรมความสามารถทางนวัตกรรมซึ่งเป็นแนวคิดการปรับเปลี่ยนการสร้างสรรคทางความคิด กระบวนการใหม่ ๆ ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นทางการตลาดด้านกระบวนการ หรือแม้แต่การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดจึง นอกจากเหตุผลดังกล่าว ควรคำนึงลูกค้าและการสร้างความคาดหวังของลูกค้าให้เกิดขึ้น การรับรู้เสียงจากลูกค้าที่สะท้อนความต้องการหรือแม้แต่การสร้างและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองลูกค้าภายนอกองค์กร ส่วนในด้านมุมมองด้านกระบวนการตอบสนองลูกค้าภายใน รวมถึงการแสวงหาวิธีการสร้างสรรคทางความคิดการตลาดที่มีความแตกต่างไปจากสิ่งเดิม ๆ ทั้งนี้ยังมีมุมมองด้านหลักแนวคิดทางการตลาดนำมาเชื่อมโยงกับการตอบสนองผู้บริโภค และการวางตำแหน่งกลยุทธ์ในการตอบความความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการ

4. ควรมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดให้สะท้อนความสำเร็จของผลการดำเนินงานทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมีประสบการณ์มานานจะสามารถบริหารจัดการได้ดีกว่าผู้ประกอบการที่เริ่มเข้ามาทำธุรกิจ ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหม่ควรอบรมเรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ และจำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายกับทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนากระบวนการต่าง ๆ ผ่านการเรียนรู้การใช้ทรัพยากร ผู้ประกอบการทางการตลาดจำเป็นต้องกำหนด

กลยุทธ์เชิงรุก บริหารการจัดการความเสี่ยงทางการตลาด และเรียนรู้ในการสร้างสรรค์วิสัยพัฒนาเมื่อการพัฒนา
นวัตกรรมให้เกิดขึ้น สามารถสร้างการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, (2559). การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมของผู้ประกอบการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตร
อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 9 ฉบับที่ 1
เดือนมกราคม – เมษายน 2559 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *สรุปสาระสำคัญของร่างแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12(พ.ศ. 2560 -2564)*.เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th>

นิตยาการณ์ ชนะคำ (2557) รูปแบบการบริหารจัดการทุนทางปัญญา วัฒนธรรมองค์การ ภาวะผู้นำของ
ผู้บริหารและประสิทธิภาพของการของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

นุจรี ภาคาสัตย์.(2558). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ วารสารวิชาการ Veridian –
E-Journal ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 เดือนพฤษภาคม –สิงหาคม 2558 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อ
การส่งออก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปิยะดา พิศาลบุตร, จิราวรรณ คงคล้ายและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2559). แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถ
ขององค์การด้านการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ วารสารวิชาการ Veridian - E-Journal
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม –เมษายน 2559 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: 74-93.

สุวิมล ติรภานนท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ*
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*
ฉบับที่ (พ.ศ. 2525-----และ พ.ศ. 2556 – 2559).

สมนึก เอื้อจิระพงศ์พันธ์ (2553). รูปแบบการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการที่มี
นวัตกรรมในประเทศไทย ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีและ
การจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุวัฒน์ ทรัพย์พิชผล และธีรกร เกียรติบรรลือ (2550). *วิถีแห่งแอปเปิล (The Apple Way) 12 บทเรียนการ
จัดการจากบริษัทที่มีนวัตกรรมก้าวหน้าที่สุดในโลก* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ อี.ไอ.สแควร์

ภาษาต่างประเทศ

- Andreeva, T. and Kianto, A. (2012). Does knowledge management really matter? Linking knowledge management practices, competitiveness and economic performance DOI10.1108/13673271211246185 VOL. 16 NO. 4 2012, pp. 617-636, **Journal of Knowledge Management**.
- Beverly, K. B., & Robert, M. M. (2003). The Role of Existing Knowledge in New Product Innovativeness and Performance. **Decision Sciences**, 34(2), 385 – 419.
- Collinson, E., Shaw, E. (2001). Entrepreneurial marketing – a historical perspective on development and practice, **Management Decision**, Vol. 39(9), 761-767
- Davol, N. B., Mayor, M.G., and Luisa, M. & Hera, B. D.,(2011) Empirical analysis of technological innovation capacity and competitiveness in EU-15 countries. **African Journal of Business Management** .Vol. 5(14), pp. 5753-5765, 18 July,
- Eigenhuis, A & Dijk, R.,V., (2007) . **High Performance Business Strategy: Inspiring success through effective human resource management**. Typeset by Saxon Gtraphics Ltd., Derby. Printed and bound in Great Britain By MPG Book Ltd. Bodmin.
- Kianto, A.; Andreeva , T., and Pavlov, Y. (2013) . The impact of intellectual capital management on company competitiveness and financial performance. **Knowledge Management Research & Practice**. (2013) 11, 112–122 Accepted:
- Li , Y & Xie , W. (2013) Study on the Comparison of Competiveness of Heilongjiang SMEs Based on Factor Analysis Method. **journal English** edition copyright DOI: 10.5503
- Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: A study of the resource-based and stakeholder views. **Journal of Intellectual Capital**, 4(2), pp. 215–226.
- Rogers, E. (1983), **Diffusion of Innovations**, Free Press, New York, NY.
- Rutherford, M.W.& Holt, D.T.(2007). Corporate Entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents. **Journal of organization change**. 20(3), 429-446.
- Scarbrough, H. (2003), “Knowledge management, HRM and the innovation process”, **International Journal of Manpower**, Vol. 24 No. 5, pp. 501-16.
- Stewart, T.,A. (1997) Intellectual Capital, Q Finance, pp.1-4 www.qfinance.com

- Tanasa, R. M. (2015).Intellectual Capital a Strategic Factor of Socio - Economic Development of Regions and Countries. 22nd International Economic Conference
- Yasof, N. A., & Jarad, A. (2011). The organizational innovativeness of public-listed housing Developers . **International Journal of Human and Social Science**, 6(2), 109-113.