

ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขัน และศักยภาพองค์การ

รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์¹

ระพีพรรณ พิริยะกุล²

นภาพร ชันธนาภา³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสมรรถนะของผู้ประกอบการ ขอบข่าย การแข่งขัน และศักยภาพองค์การ วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม Smart PLS-Graph 3.0 โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แต่เป็นปัจจัยด้านขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์การที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งด้านต้นทุน ความแตกต่างทางการตลาด การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและความรู้ในการทำงาน

คำสำคัญ สมรรถนะผู้ประกอบการ ขอบข่ายการแข่งขัน ศักยภาพองค์การ ผลการดำเนินงาน

¹บริหารธุรกิจดุขบัณฑิต (มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

อาจารย์ประจำหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
1771/1 ซอย พัฒนาการ 37 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
e-mail: lek_rungarun@yahoo.co.th

²รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 โทร.02-3108000,

³รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 โทร.02-3108000

e-mail : science@ru.ac.th



Firm Performance and Entrepreneurial Competency, Competitive Scope and Firm Capability

Rungarun Khasasin¹

Rapeepun Piriyaikul²

Napaporn Khantanapha³

Abstract

The purposes of this research were to look into the relationship between firm performance, on the one hand, and entrepreneurial capability, on the other, with firm capability and competitive scope as mediator variables. Structural Equation Modeling (SEM) was analyzed with Smart PLS-Graph 3.0. based on empirical data from the questionnaires for a sample of 500 small and medium sized enterprises (SMEs) in Bangkok. It was revealed that entrepreneurial competency was not so significant for firm performance as competitive scope and firm capability that included costs, market differentiation, customer relation management and working knowledge.

Key words: Entrepreneurial competency, Competitive scope, Firm capability, Firm performance

¹Doctor of Business Administration(Ramkhamhang University)

Lecturer, Graduate Studies in Business Administration, Japanese Business Management, Thai-Japan Institute of Technology.
1771/1 soi Patnakarn 37, Patnakarn Road, Suanluang District,Bangkok 10250.

e-mail: lek_rungarun@yahoo.co.th

²Asst Prof, Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University

2086 Ramkhanhaeng Road, Huamak District, Bangkok Sub-district, Bangkok 10240 Tel.02-3108000

³Asst Prof, Faculty of Science Ramkhamhaeng University

2086 Ramkhanhaeng Road, Huamak District Bangkok Sub-district, Bangkok 10240 Tel.02-3108000

e-mail : science@ru.ac.th

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ครอบคลุมกิจการผลิตสินค้า กิจการบริการ กิจการการค้าส่งและการค้าปลีก ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างของสังคมและเศรษฐกิจดีขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งการผลิตและแหล่งการสร้างงาน ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น สำหรับขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กำหนดได้จากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร หรือจำนวนการจ้างงานไม่เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยมูลค่าสูงสุดสินทรัพย์ถาวร(ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 200,000,000 บาท และจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน ปัจจุบันมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 กลุ่มธุรกิจหลักที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนโดยรวมของประเทศไทยคือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งการจ้างงานที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรให้กับระบบเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถปรับตัวต่อการผันผวนของระบบเศรษฐกิจได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันนี้ การผลิตในภาคอุตสาหกรรมของประเทศส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 2,913,167 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.60 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด อีกทั้งเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าผลผลิตมวลรวมภายในประเทศสูงถึงร้อยละ 38 (กรมการค้าภายใน, 2557) เพราะถือได้

ว่าเป็นแหล่งการผลิตและแหล่งการจ้างงานที่กระจายตัวอยู่ในทุกชุมชนที่มีประชากรอาศัยหนาแน่น (Gartner and Bellamy, 2012) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเหนือ คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดรองลงมาคือภาคเหนือร้อยละ 20.9 และกรุงเทพและปริมณฑล ร้อยละ 18.8 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้ารวมทั้งการสร้างรายได้จากการส่งออก และสามารถผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า มีผลทำให้ประหยัดเงินตราต่างประเทศได้จำนวนมากในแต่ละปี อีกทั้งเป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์และการบริการแก่ผู้ประกอบการ (Boone and Kurtz, 2010) โดยเฉพาะบุคคลผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ หรือนักลงทุนหน้าใหม่จากธุรกิจขนาดเล็ก และพัฒนาจนธุรกิจเติบโตไปในที่สุด ในอดีตที่ผ่านมาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ยังขาดสมรรถนะในการประกอบการทั้งทางด้านเทคโนโลยี เครือข่าย การผลิต การจัดการ การตลาดและการเงิน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังขาดการพัฒนา การนำเข้าส่งออก การจับคู่ธุรกิจ (business matching) การผลิตสินค้ายังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, 2556) ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ได้ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ราคาพลังงานภายในประเทศที่มีความผันผวน และการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศ ผู้บริโภคมีการลดปริมาณการบริโภค จึงทำให้ต้องลดการจ้างงาน ส่งผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประสบปัญหาใน

ด้านต่างๆ อาทิเช่น สมรรถนะผู้ประกอบการที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ รวมถึงเครือข่ายทางการค้าที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องบริหารจัดการเครือข่ายทางการค้าเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ทางผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องเอาใจใส่เป็นอย่างมาก มิฉะนั้นจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์การที่มีองค์ประกอบทางด้านความรู้การทำงานและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจเป็นองค์การที่ดี มีความเป็นเลิศในด้านต่างๆ นอกจากนี้ข้อบ่งชี้การแข่งขันที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ทั้งด้านต้นทุนและความแตกต่างทางการตลาดที่เป็นตัวชี้วัดได้ถึงผลการดำเนินงาน ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเป็นความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการที่เป็นผลมาจากการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงดัง กล่าวให้เกิดสมรรถนะผู้ประกอบการที่ดีมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การที่ธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมากมายหลายประเภท ดังนั้นเมื่อเกิดผลกระทบหรือเกิดความเสียหายต่อกิจการใดกิจการหนึ่ง ขอบเขตความเสียหายจะไม่มากเท่ากิจการขนาดใหญ่ และมีบุคคลจำนวนมากที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถสูง ดังนั้นทางหนึ่งที่จะไม่ทำให้ทรัพยากรของกลุ่มบุคคลนี้ต้องสูญเปล่า คือการทำให้กลุ่มบุคคลนี้เปลี่ยนวิถีดำรงชีวิตจากการเป็นลูกจ้าง มาเป็นผู้ประกอบการ ก็จะมี

ลักษณะการจ้างงานตนเองและช่วยผลักดันการจ้างงานคนอื่น ๆ ตามมาอีกในอนาคต ธุรกิจ SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในหลาย ๆ ด้าน จากปัญหาและความจำเป็นที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดสมรรถนะของผู้ประกอบการที่ส่งผ่านความสามารถของธุรกิจและข้อบ่งชี้การแข่งขันเพื่อเป็นแนวทางที่สำคัญในการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีความเจริญเติบโต สามารถยกระดับกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ และเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างเป็นข้อได้เปรียบทางการค้าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) ทั้งการเตรียมความพร้อมและการปรับตัวด้านต่างๆ รวมทั้งศักยภาพและสมรรถนะองค์การ ตลอดจนข้อบ่งชี้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) ไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 พร้อมทั้งแนวทางในการพัฒนาและปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) ให้สามารถเข้าถึงเข้าใจและสามารถปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การศึกษเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการในบริบทประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มากนักจึงเป็นอีกเหตุผลที่ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยยึดการบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาระดับศักยภาพองค์กรและขอบข่ายการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
3. เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงและการจัดการเครือข่ายทางการค้าที่ส่งผ่านสมรรถนะผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการ

จากแนวคิดของMcClelland (1973) พบว่า สมรรถนะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (excellent performer) ในองค์การกับระดับความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และความสามารถ (capability) โดยกล่าวว่า การวัดความสามารถทางเชาว์ปัญญา (Intelligence Quotient) และการทดสอบบุคลิกภาพ (personality test) ยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมา สอดคล้องกับแนวคิด Boyatzis (2008) & Grant (1991) ที่พบว่าสมรรถนะ ประกอบด้วย การมีความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) ความสามารถ (ability) และคุณลักษณะด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อหน้าที่รับผิดชอบ เช่น สามารถให้บริการตามที่ได้รับบริการต้องการได้นั้นบุคคลจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญต่าง ๆ ทั้งความรู้ในงานและทักษะที่เกี่ยวข้อง เช่นความสามารถในการค้นหาข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ มีคุณลักษณะของบุคคล คือ เป็นคนใจเย็น อดทน ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น โดยคุณลักษณะที่จะมีผลต่อ

ประสิทธิภาพของงานที่เหนือกว่านั้น (superior work) ธุรกิจ SMEs จะต้องสามารถนำสมรรถนะของบุคคลในแต่ละตำแหน่งงานทั้งในแนวกว้างและแนวลึกมาใช้ประโยชน์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธุรกิจ SMEs ได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Parry (1996) ที่พบว่า สมรรถนะ (competency) เป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในบุคคลที่นำไปสู่สาเหตุทำให้ผลงานมีประสิทธิภาพและเน้นว่า “คุณลักษณะที่อยู่ภายใน” เป็นทักษะไม่ใช่พฤติกรรม เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดอยู่ภายในตัวบุคคลนั้น ทำให้เกิดคุณลักษณะที่แตกต่างอย่างสำคัญ เนื่องจากขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการกำหนดจากสิ่งที่อยู่ภายใน ซึ่งการใช้ขีดความสามารถถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้การทำงานขององค์การประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1999) พบว่าเป็นความสามารถที่ครอบคลุมถึงความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และคุณลักษณะ (attributes) ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานนั้นให้ประสบความสำเร็จได้ตามมาตรฐาน (satisfaction standard) ซึ่งสะท้อนถึงความชำนาญ ประสบการณ์และคุณสมบัติที่เหมาะสมและเพียงพอในการทำงานนั้นให้สำเร็จที่สามารถสร้างได้ด้วยการฝึกอบรมและพัฒนา สรุปได้ว่า “สมรรถนะ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และความสามารถ (ability) ที่อยู่ในตัวบุคคลอันที่มาจากแรงจูงใจ ลักษณะนิสัยทัศนคติ ค่านิยมที่เพียงพอและเหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้นที่จะนำมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้มากกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถสร้างได้จากการฝึกอบรมและพัฒนาจากแนวคิดของ McClelland, D.C. (1973) พบว่า สมรรถนะ

ผู้ประกอบการสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท

1. สมรรถนะผู้ประกอบการส่วนบุคคล (personal competencies) สมรรถนะที่แต่ละคนมี เป็นความสามารถเฉพาะตัว คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

2. สมรรถนะผู้ประกอบการเฉพาะงาน (job competencies) สมรรถนะของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่งหรือบทบาทเฉพาะตัว

3. สมรรถนะผู้ประกอบการของธุรกิจ (firm competencies) ความสามารถพิเศษเฉพาะธุรกิจนั้นเท่านั้น

4. สมรรถนะผู้ประกอบการหลัก (core competencies) ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมีหรือต้องทำให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5. สมรรถนะผู้ประกอบการในงาน (functional competencies) ความสามารถของบุคคลที่มีตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ ตำแหน่งหน้าที่อาจเหมือนแต่ความสามารถตามหน้าที่ต่างกัน

แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ทำให้องค์กรไม่สามารถหยุดนิ่งอยู่กับที่ได้ เพราะหากไม่มีการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร (firm performance) องค์กรนั้นจะไม่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งและในที่สุดก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ (Barney, 2001; Grant, 1991) ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอเพื่อให้ทันกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะต้องต่อสู้กับคู่แข่งรายเดิมแล้วยังต้องต่อสู้กับคู่แข่งรายใหม่ที่พยายามจะเข้ามาแย่ง

ส่วนแบ่งทางการตลาด ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องทำให้ธุรกิจของตนเองเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด (Porter, 1980) จากสภาพการแข่งขันดังกล่าวทำให้องค์กรต่างๆ ให้ความสนใจกับสิ่งที่ตนเองมีอยู่แล้วนั่นก็คือทรัพยากร (resources) ขององค์กรซึ่งมีทั้งทรัพยากรที่มีตัวตน (tangible) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล วัตถุดิบ เครื่องจักร เป็นต้น และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (intangible) ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และชื่อเสียงขององค์กร เป็นต้น (Rumelt, 1984; Wernerfelt, 1984) ทรัพยากรขององค์กร คือปัจจัยสำคัญในการสร้างสมรรถนะขององค์กร (Firm competency) ซึ่งได้มาจากการมีทรัพยากรที่ได้มีการสั่งสมความรู้ (knowledge) และทักษะ (skill) โดยองค์กรจะต้องสามารถเข้าถึงและพัฒนาได้ในทุก ๆ ด้าน (Barney, 1991; Grant, 1991) เป็นความสามารถในการผสมผสานระหว่างความสามารถของทรัพยากรมนุษย์และกระบวนการทำงานเข้าด้วยกัน ซึ่งองค์กรสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างรวดเร็วทันกับเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ (Wernerfelt, 1984) จึงเป็นความสามารถแบบอยู่กับที่ที่ไม่ได้แต่จะต้องเคลื่อนไหวได้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (dynamic capability) (Barney, 2001; Grant, 1991; Porter, 1980) การให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่นั้นเป็นไปตามแนวคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View) เป็นทฤษฎีที่รวมสมัยที่ผสมผสานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรและการดำรงอยู่ขององค์กรภายในขอบเขตของการบริหารจัดการที่ดี (Barney, 1991, 2001; Grant, 1991; Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984) ทฤษฎี

ฐานทรัพยากรเป็นทฤษฎีที่นักวิจารณ์เห็นว่า เป็นประโยชน์ในการได้มาซึ่งผลการดำเนินงานที่แน่นอนขององค์กรและมีความเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรขององค์กรกับความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กร (Barney, 2001; Grant, 2001; Porter, 1980) แนวความคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากร (RBV) เน้นถึงความแตกต่างทางด้านทรัพยากรว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งจะทำให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรม (Barney, 1991; Porter, 1980) แต่องค์กรจะต้องมีวิธีการจัดการที่สามารถรวมคุณค่าเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้กับองค์กรและสามารถที่จะพัฒนาความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะเหล่านั้นจนทำให้ได้มาในสิ่งที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง (Barney, 2001; Grant, 1991; Peteraf, 1993; Prahalad & Hamel, 1990; Wernerfelt, 1984) ทรัพยากรขององค์กรนั้นหมายถึง ทรัพย์สินทั้งหมดขององค์กร ได้แก่ ความสามารถขององค์กร กระบวนการทำงาน เอกลักษณ์ขององค์กร ข้อมูล สารสนเทศ ประสบการณ์ ความรู้และเทคโนโลยี (Barney, 1991; Grant, 1991; Wernerfelt, 1984; Maijor & Witteeloostuijn, 1996) เป็นความสามารถในการที่จะกำหนดหรือวางแผนงานและนำทรัพยากรที่มีความแตกต่างกันมารวมเข้าด้วยกันร่วมกับกระบวนการทำงานที่ใช้ในองค์กรเพื่อให้บรรลุผลในสิ่งที่ต้องการ (Amit & Schoemaker, 1993; Barney, 2001; Grant, 1991; Porter, 1980; Rumelt, 1984) แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (resource base view of the firm) องค์กรใดๆ ก็ตามที่มีทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อธุรกิจ (valuable) เป็นสิ่งที่หาได้

ยาก (rare) เลียนแบบให้เหมือนไม่ได้ (inimitable) และไม่อาจใช้สิ่งใดมาทดแทนกันได้ (non-substitutable) (Barney, 1991) เป็นความพร้อมของทรัพยากรที่สำคัญและเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในองค์กร ทฤษฎีทรัพยากร (resource based view) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการที่องค์กรให้ความสนใจในเรื่องของทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กร จะทำให้องค์กรได้เปรียบเชิงการแข่งขันนั้น ดังนั้น องค์กร ควร พิจารณา ถึง ทรัพยากร (resource) และความสามารถ (capabilities) ที่มีอยู่เพื่อสร้างความแตกต่างและความสามารถด้านการแข่งขัน ด้านทุนมนุษย์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาทุนมนุษย์ ให้มีความรู้ความสามารถในการที่จะดูแลรักษาและควบคุมกระบวนการในการผลิต (Sarkis et al., 2010; Zeng, Meng, Yin, Tam, & Sun, 2010) ของเสียที่ลดน้อยลง (Cherian & Jacob, 2012) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงทำการวางแผนเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการ ให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Renwick et al., 2013) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Jackson et al., 2011) จากการศึกษาของ Barney (1991) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรว่า หมายถึง สินทรัพย์ (assets) ความสามารถ (capabilities) กระบวนการในการทำงาน องค์กร (organization process) คุณสมบัติของธุรกิจ (firm attributes) สารสนเทศ (information) ความรู้ (knowledge) ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้องค์กรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้โดยการควบคุมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้การศึกษาของ

Barney (1991) ยังได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์การที่จะสามารถสร้างคุณลักษณะเฉพาะขององค์การเพื่อให้เกิดศักยภาพในการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน การที่ธุรกิจSMEsจะอยู่รอดและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและพลวัตได้นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองได้ตลอดเวลา จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สำคัญ 3 ด้าน คือ (1) ความสามารถในการครอบครองทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะหรือลักษณะพิเศษ (2) ความสามารถในการใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) ความสามารถในการยกระดับการทำงานที่ได้มาจากการเรียนรู้แบบไม่หยุดนิ่ง ยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้านถือเป็นส่วนสำคัญหรือรากฐานของการขยายตัวของการดำเนินธุรกิจในทุกระดับทั้งระดับประเทศและระหว่างประเทศ เป็นความสามารถที่จำเป็นที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ (Luo, 2001) การมองเรื่องการมีทรัพยากรที่เหนือกว่า ได้ถูกนำมาใช้ในกลุ่การวางแผนกลยุทธ์ (Barney, 2001; Grant, 1991) เพื่อจะทำให้ผู้ประกอบการนั้นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (sustainable competitive advantage) (Grant, 1999; Porter, 1980) โดยทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual capital) และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสมรรถนะหลักขององค์การ (organization competency) (Prahalad & Hamel, 1990) ที่ทำให้องค์การสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่ายอดเยี่ยมจากการรับรู้ของลูกค้าและเป็นความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาสมรรถนะหลักอย่างต่อเนื่อง เพื่อคงความได้เปรียบในระยะยาว (Hamel & Prahalad, 1994) จาก

แนวคิดข้างต้นจึงทำให้สรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จและสร้างสิ่งเหนือกว่าองค์การอื่น คือการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ (knowledge worker) (Prahalad & Hamel, 1990; Scott & Harker, 2002) ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในเรื่องของสมรรถนะ (competency) ของบุคลากรในองค์การอย่างมากซึ่งภาคเอกชนได้ให้ความสนใจกับเรื่องของสมรรถนะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 30 ปีที่ผ่านมา (Heneman & Ledford, 1998)

แนวคิดการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลง

การขับเคลื่อนองค์การในระยะเปลี่ยนผ่านไปสู่ขีดความสามารถที่จำเป็นต่อการรับมือกับสถานการณ์หรือสภาพการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างไปจากอดีต จากแนวคิดของ Villiam Bridge (2010) พบว่าการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแล้วหรือกำลังจะเกิดกับธุรกิจ โดยต้องให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม(SMEs) ต่างล้วนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรงภายในระยะเวลาสั้น ๆ ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม (SMEs) ที่เคยรุ่งเรืองและเติบโตอย่างรวดเร็วกลับต้องมาล้มละลายและเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการที่เคยดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบันก็อาจต้องสูญเสียกรรมสิทธิ์ในปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน แรงงาน และการประกอบการให้แก่ชาวต่างชาติภายในเวลาอันรวดเร็ว ผู้ประกอบการที่ไม่สามารถบริหารการ

เปลี่ยนแปลงของตัวเองเพื่อปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมได้มักจะพบกับความเสื่อม ส่วนผู้ประกอบการที่สามารถบริหารจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้ก็จะสามารถปรับตัวให้ทันกับความผันแปรของสภาพแวดล้อมได้ก็จะอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วความสามารถในการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการจึงเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถของการประกอบการได้เป็นอย่างดี(Penrose,1963)ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการได้กำหนดทิศทางของธุรกิจ เพื่อให้การประกอบกิจการของผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานที่ สอดคล้องกับแนวคิดของWilliam J. Roth well et al. (1998) ได้อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นการออกจากสภาวะเดิม(status quo)เพื่อไปสู่เป้าหมายหรือสภาพที่ต้องการหรือวิสัยทัศน์ที่ควรจะเป็น จากแนวคิดของ Loveridge and Coming (1996) and Robbins(2001) พบว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นการปรับเปลี่ยนสิ่งที่จำเป็น โดยต้องเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิมไปสู่สิ่งใหม่เพื่อให้เกิดผลต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องและเป็นการมุ่งผลกำไรของผู้ประกอบการ การจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลง ยังหมายถึงการจัดการที่สนับสนุนให้องค์การและบุคลากรสามารถที่จะปรับตัวและตอบรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Arthur et al., 2005)สอดคล้องกับแนวคิดของ Hervani et al.(2005)พบว่าการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงเป็นการจัดการที่องค์การจะปรับตัวให้เข้ากับวิทยาการใหม่ ๆ ต่อการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง สังคม สภาพแวดล้อมอื่นๆ ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ Scapens & Robert

(1993) กล่าวว่าทั้งนี้หากไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลง มักจะก่อให้เกิดแรงต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงได้โดยที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ต้อง เข้าใจถึงธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลง กระบวนการการเปลี่ยนแปลง และวางบทบาทของธุรกิจของตัวเองในการสร้างความเปลี่ยนแปลง สุดท้ายคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) สามารถตัดสินใจเลือกวิธีที่จะนำมาใช้ในการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดการจัดการทางด้านเครือข่ายทางการค้า

จากแนวคิดของ Beamish, P.W. and Munro, H.J. (2011) พบว่าเครือข่ายทางการค้า(Commerce Networking) ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)เป็นการแข่งขันทางธุรกิจระดับโลกในปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจข้ามชาติ (Multinational Firm) สามารถใช้ข้อได้เปรียบในด้านต่างๆ มาทำการแข่งขัน เช่น สามารถแสวงหาเงินลงทุนได้ง่ายในต้นทุนต่อจากตลาดเงินทั่วโลกและใช้กำลังเงินลงทุนนั้น มาลงทุนในการวิจัยและออกแบบ ตลอดจนลงทุนในเทคโนโลยีที่มีราคาแพง เพื่อสร้างข้อได้เปรียบเหนือกิจการอื่น ทำการตลาดระดับโลก สร้างตราสินค้าระดับโลกและลงทุนโฆษณาด้วยเงินทุนจำนวนสูง ลงทุนในระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจเครือข่ายและสาขาต่าง ๆ ทั่วโลกให้มีข้อมูลที่ครบถ้วน และสามารถให้บริการที่ครบวงจรผ่านเครือข่ายทำให้สามารถสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบได้ในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง สามารถจัดระบบการขนส่งในด้าน Logistics ในระบบเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ สามารถ

ต่อรองราคาค่าขนส่งให้ต่ำกว่าคู่แข่งชั้นสามารถลงทุนในด้านการบริหารอย่างคุ้มค่า เพราะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ จากแนวคิดของ Dess, G. G. et al. (2012) พบว่าการที่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)จะสามารถป้องกันตนเองให้พ้นจากการล้มเหลวทางธุรกิจและสามารถทำการแข่งขันได้ในการแข่งขันระดับโลก จะต้องหาวิธีการใหม่ ที่รักษาความคล่องตัวของธุรกิจขนาดเล็ก แต่ต้องมีกลไกที่สร้างเครือข่ายที่เรียกว่า Commerce Networking ให้ธุรกิจขนาดเล็กหลายๆ แห่ง รวมกำลังกันเพื่อให้มีจุดเด่นบางอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่ จากแนวคิดของ Laffan, B. (1994) พบว่าเครือข่ายทางการค้าเป็นวิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลายๆ แห่ง ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกัน ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้นสามารถทำงานที่แต่ละธุรกิจทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่ายจะทำให้ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) สามารถอยู่รอดและแข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้ โดยสรุปพบว่า จากข้อมูลการวิจัยที่ผ่านมาข้างต้นยืนยันให้เห็นถึงความสำคัญของผลดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดสมรรถนะของผู้ประกอบการที่ส่งผ่านความสามารถของธุรกิจและขอบข่ายการแข่งขันให้กับธุรกิจ SMEs ทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นทางด้านสมรรถนะผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bird (1995), Man et al (2002) , Kauffman Foundation (2001),

(Dess et al.,1998), Bheemappa (2003),(Ganeshan,2001), (Spencer & Spencer,1993), Gunasekaran and Gallear (2012), Ulrich et. Al. (1995), Jabbour et al. (2010), Jabbour et al. (2012) และ (Chaterjee, A., 1992

ศักยภาพองค์กร

จากแนวคิดของ Nooteboom(1999) อธิบายว่าศักยภาพองค์กรนั้นเกิดจากการมีความเข้าใจในองค์กรที่มีการเปลี่ยนเป็นกระบวนการในการดำเนินการที่ต่อเนื่องและการเปิดกว้างของการพัฒนาองค์กร อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้ก็ยังคงคลุมเครืออยู่มาก มีข้อตกลงบางเรื่องกับศักยภาพองค์กรที่ต้องการให้องค์กรมีการพัฒนาในการแข่งขันให้มากขึ้น

จากแนวคิดของ Hauknes (2000) อธิบายว่าศักยภาพ (capability) เป็นความสามารถหรือสมรรถนะขององค์กรที่วัดได้ในเชิงปริมาณการที่องค์กรจะมีศักยภาพ (capability) สูงได้ต้องอาศัยทรัพยากรอื่นๆ ประกอบ ซึ่งนอกเหนือจาก Competency ของบุคลากรแล้วยังมีทรัพยากรอื่นๆ เช่น เครื่องจักร เทคโนโลยี อุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นต่อการใช้งานจากแนวคิดของ European Commission (1993)อธิบายว่าศักยภาพ (capability)ขององค์กรมีผลต่อการกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (strategic goal) ของผู้ประกอบการธุรกิจSMEsในขณะเดียวกันธุรกิจSMEs ทุกแห่งต้องรู้เกี่ยวกับ capability ของตนเองว่ามีศักยภาพในการผลิตหรือการให้บริการอย่างไรและต้องทราบถึง capability ขององค์กร และเมื่อพิจารณาในมุมย้อนกลับ มาว่า ตาม capability ที่เรามีอยู่นั้น เพียงพอต่อการรองรับความต้องการของลูกค้ามีอยู่ในปัจจุบันและที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตหรือไม่ และ

capability ที่มีอยู่นั้นเพียงพอที่จะทำให้
องค์การมีผลประกอบการทางการเงินที่ดี

ความรู้ในการทำงาน

จากแนวคิดของ Peter Drucker (1973) พบว่า "ความรู้ในการทำงาน" นั้นได้รับการประกาศเกียรติคุณจากที่ปรึกษาด้านการจัดการ ที่คาดการณ์ว่าในปี 1973 ภายในสองทศวรรษที่ผ่านมาจะกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น โดย Peter Drucker กล่าวว่าต่อไปคนทุกคนที่ทำงานจะต้องอาศัยการทำงานโดยการทำงานร่วมกัน เป็นการส่งสัญญาณว่าโลกเข้าใจการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยเรียกการทำงานใหม่ว่า "ความรู้ในการทำงาน" หรือ "แรงงานความรู้"

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

จากแนวคิดของRichards et al. (2006) พบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีการมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีการใช้สินค้าหรือบริการ (customer loyalty) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการนำหลักการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ปรับปรุงกระบวนการทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทำให้ลดรายจ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนการหาลูกค้าใหม่ๆ รวมถึงการดึงลูกค้ากลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีกครั้งโดยสรุปพบว่า การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้านั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้ มีนโยบายในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถดูแล

ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในทุกระดับได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าและผู้ประกอบการกับลูกค้าต้องร่วมมือกันในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการตามที่ต้องการ (Sylvester Mwau Waita ,2013; Jake M. Laguador,2013;Marzo de,2011; Human Resource Consultancy,2014)โดยสรุปพบว่าจากข้อมูลการวิจัยที่ผ่านมาข้างต้นยืนยันให้เห็นถึงความสำคัญของศักยภาพองค์การ (Firm Capability--FC) ที่พัฒนามาจากแนวคิดการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในบริบทผลดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดสมรรถนะของผู้ประกอบการที่ส่งผ่านความสามารถของธุรกิจและขอบข่ายการแข่งขันโดยแต่ละการศึกษาให้ความสำคัญอย่างมากกับศักยภาพองค์การ (Firm Capability--FC) ด้วยการกำหนดให้การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้านี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของการทำธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพราะการทำธุรกิจใดๆ ก็ตามถ้าฐานลูกค้าเก่าไม่ดี และไม่เพิ่มฐานลูกค้าใหม่เข้าไปอีกก็ยิ่งทำให้ผลการดำเนินงานนั้นไม่ดี และเพื่อให้เกิดการสร้าง ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ ฉะนั้นกระบวนการในการวิเคราะห์ วิจัยและการวางรูปแบบของยุทธศาสตร์ในการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้นั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่เข้าถึงส่วนลึกของลูกค้า (insightful) และต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีการทำการวิจัยที่ถูกหลักวิธี จึงจะนำข้อมูลนั้นมาทำการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่อสร้างความภักดีได้และยังนำกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Ngai,2005)

ขอบข่ายการแข่งขัน

จากแนวคิดของ Wu & Wang (2007) พบว่าขอบข่ายการแข่งขันในแง่ของการแข่งขันขององค์การทำให้ต้องมุ่งเน้นไปที่ความสามารถในการระบูกลุ่มที่ช่วยให้ตราสินค้าที่จะใช้ประโยชน์จากชื่อเสียงที่มีและทรัพยากรอื่นๆ โดยไม่ต้องมีการรับรู้ในความสามารถเหล่านี้ขององค์การที่แทบจะไม่สามารถรับมือกับภัยคุกคามใดๆ ได้ คนงานอาจจะได้รับการฝึกอบรมจนเป็นผู้มีคุณค่าหรือมีเครือข่ายเพิ่มขึ้น แต่ทักษะเหล่านี้ก็ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นการได้เปรียบในการแข่งขันในกรณีที่บริษัทไม่ทราบว่าพวกเขามีหรือพวกเขาไม่ทราบวิธีการที่จะนำไปใช้ ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับกรอบทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นและหลักฐานเชิงประจักษ์ก่อนหน้านี้ จากแนวคิดของ Chandler & Hanks (1994) พบว่าขอบข่ายการแข่งขันหมายถึงตำแหน่งที่ผู้ประกอบการดำเนินการเกี่ยวกับการแข่งขันและการกำหนดวิธีการทำงานของผู้ประกอบ โดยผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความพร้อมของโอกาสสำหรับผู้ประกอบในตลาดการแข่งขันและยอมรับที่จะรับผลกระทบจากกระบวนการหรือวิธีการทำงานที่ผู้ประกอบการได้จากการรับรู้จากปัจจัยเหล่านี้

การสร้างความแตกต่างทางการตลาด

จากแนวคิดของ Philip Kotler and Gary Armstrong (2010) พบว่าการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการถูกเลือกโดยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั้นการสร้างความแตกต่างทางการตลาดโดยฝ่ายผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไม่เพียงแต่จะต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการและเกิดการรับรู้ในความคิดจิตใจถึงสินค้าและบริการที่เหนือความหมายด้วยเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายอื่น สอดคล้องกับแนวคิด P. Kotler and Kevin (2009) กล่าวว่าสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการจำเป็นต้องเกิดขึ้นในจิตใจของผู้บริโภคด้วยและ S. Leonard. (2001) ได้ให้ความเห็นว่า การสร้างความแตกต่างทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของการประกอบการธุรกิจ SMEs เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากในอดีตค่อนข้างมาก มีธุรกิจแปลกใหม่ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนทางด้านเทคโนโลยี (P. Kotler and G. Armstrong, 2010) ลูกค้านเฉพาะกลุ่มมีความต้องการแตกต่างไปจากลูกค้าทั่วไป เพราะฉะนั้นตลาดต้องมีอย่างเพียงพอและต้องมีโอกาสเจริญเติบโต ผู้ประกอบการ SMEs ต้องมีความรู้ความสามารถเป็นพิเศษจึงจะสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้ถูกต้อง

ต้นทุน (Cost)

แนวคิดของ Nuthall, P.L. (2006) พบว่าผู้ประกอบการทุกคนต่างทราบกันเป็นอย่างดีว่าสิ่งแรกที่จะถือกำเนิดขึ้นจากการทำธุรกิจก็คือ 'ต้นทุน' ซึ่งต้นทุนที่เกิดขึ้นนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่จะเป็นตัวชี้วัดและบ่งบอกได้ว่าธุรกิจของผู้ประกอบการจะมีโอกาสการอยู่รอดมากขนาดไหนเมื่อต้องลงไปต่อสู้แข่งขันที่แท้จริงบนตลาดธุรกิจ นอกเหนือจากนี้การทราบต้นทุนที่แท้จริงยังจะมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรายละเอียดและออกแบบแผนงานทางธุรกิจให้เหมาะสมเข้ากันได้กับรูปแบบการขายสินค้าและการประกอบกิจการของผู้ประกอบการ จากแนวคิดของ Orser, B. and Riding, A. (2003) ต้นทุน (cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้น

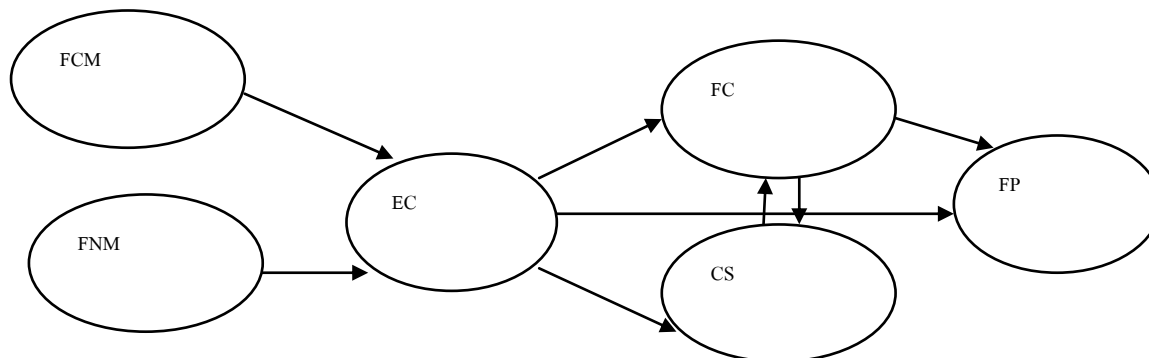
จะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” (expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์ (assets) จากแนวคิดของ D'Aveni (1994) พบว่าในขณะที่ขอบข่ายการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญที่เห็นได้ชัดๆ จากการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ได้มาโดยผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากจะส่งผ่านความสามารถขององค์กร ความสำคัญของความสามารถขององค์กรจะเป็นข้อมูลที่ดี ผู้เขียนหลายคนหมายถึงการใช้ความสามารถในการเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน สำหรับกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยที่ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมในด้านขอบข่ายการแข่งขันประกอบด้วยความคิดทางการตลาดและต้นทุน สามารถสร้างขอบข่ายการแข่งขัน

ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

จากแนวคิดของCovin & Miles (1999) พบว่าผู้ประกอบการที่มีสมรรถนะที่ดีย่อมส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากแนวคิดของ Sarkis (2010) พบว่าองค์กรที่มีสมรรถนะของผู้บริหารระดับสูงที่ดี ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะพิจารณาและจัดการสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานของพวกเขาเพื่อหาโอกาสใหม่ๆ และ

ตำแหน่งทางการแข่งขันของผู้ประกอบการซึ่งส่งผลดีต่อผลการดำเนินงาน จากแนวคิดของ (Bai 2010) พบว่าผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Firm Performance) เป็นผลที่ได้รับจากการซื้อสินค้าหรือการบริการกับผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน และการเพิ่มยอดขายและผลกำไรให้กับผู้ประกอบการรวมถึงการลดต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในด้านค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และการวัดผลการดำเนินงานทางธุรกิจสามารถวัดได้จากรูปแบบ Balanced Scorecard ขององค์กรโดยแบ่งออกเป็น 4 มุมมอง คือ(1) ทางการเงิน เราควรมีภาพลักษณ์กับผู้ถือหุ้นอย่างไร (2) มุมมองลูกค้า เราควรมีภาพลักษณ์กับลูกค้าอย่างไร (3) ระบบและประสิทธิภาพการทำงานในกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองลูกค้าและผู้ถือหุ้นให้พึงพอใจ เราควรทำระบบงานอย่างไร และ (4) การเรียนรู้และและการเจริญเติบโตในด้านนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ด้วยยุทธวิธี การที่จะรักษาความสามารถของเราในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงอะไรบ้าง Kaplan and Norton ได้ให้นิยามล่าสุดของ Balanced Scorecard ไว้ว่า “เป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการสมัยใหม่ เครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับการบริหารผลการดำเนินงาน (Firm Performance) ซึ่งองค์กรที่มีการจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานนิยมนำมาใช้ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร”

กรอบแนวคิดการวิจัย



ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (independent variable) มีดังนี้
1.1 สมรรถนะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competency--EC)

1.1.1 การจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลง (Firm Change Management--FCM)

1.1.2 การจัดการทางด้านเครือข่ายทางการค้า (Firm Network Management--FNM)

2. ตัวแปรส่งผ่าน (mediator variable) มีดังนี้
2.1 ขอบข่ายการแข่งขัน (Competitive Scope--CS)

2.1.1 ความแตกต่างทางการตลาด (market differentiation--MD)

2.1.2 ต้นทุน (Cost--C)

2.2 ศักยภาพองค์กร (Firm Capability--FC)

2.2.1 ความรู้การทำงาน (Knowledgeable workforce--KW)

2.2.2 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(Customer Relationships Management--CRM)

3. ตัวแปรตาม (dependent variable) มีดังนี้

3.1 ผลการดำเนินงานด้านธุรกิจ (Firm performance--FP)

3.1.1 มุมมองลูกค้า (Customer--CUS)

3.1.2 การจัดการด้านการเงิน (Finance--FN)

3.1.3 กระบวนการทำงานในองค์กร (Internal Business Process--IBP)

3.1.4 การเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth--LG)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดการบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และใช้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยมีรายละเอียดของระเบียบ

วิธีวิจัย ดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากร คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นตัวแทนของธุรกิจในการให้ข้อมูลในการสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างเชิงชั้นภูมิแบบง่าย (stratified random sampling) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ ทำการแบ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นชั้นภูมิโดยมีประเภทของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นตัวแบ่งชั้น โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง เป็น 2 กลุ่มอย่างละเท่าๆ กันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทการผลิต จำนวน 250 ราย

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทบริการ จำนวน 250 รายและใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) กับทุกๆ ชั้นภูมิ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การทำ IOCโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องต้องไม่น้อยกว่า 0.5 (Best, 1981)

3. ทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยการทำ try-out จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเฉพาะส่วนที่เป็นการทดสอบมาตรวัดแบบ Likert Scale โดยค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (alpha coefficient) ด้วยวิธีของ Cronbach (1974) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เหมาะสมจะต้องอยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 0.90 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เหมาะสมต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 ตามคำแนะนำของ Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (2006) จึงถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

การรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วง เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2558 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามความเหมาะสมของคุณลักษณะของข้อมูลและวัตถุประสงค์สำหรับงานวิจัย ดังนี้

1. ใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

2. ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(confirmatory factor analysis)ผลการวิจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดการบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจของตัวแบบที่ได้พัฒนาขึ้นจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด

3.การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis--SEM) ใช้เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผล ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามความเหมาะสมของคุณลักษณะของข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการวิจัย

1.ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.40 โดยมีอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด ร้อยละ 34.00 ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 59.60 สำหรับระดับการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.40 ในส่วนข้อมูลลักษณะธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าส่วนใหญ่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 70.80 โดยลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 56.20 โดยธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนมากที่สุดอยู่ระหว่าง 500,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 23.80 ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 50 คน ร้อยละ 94 สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2-5 ปี ร้อยละ 38.40 และธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ประสบปัญหาราคาค่าต้นทุนสูงขึ้น ร้อยละ 38.37

2.ผลการวิจัยของผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใต้การบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจ

จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่าสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ไม่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (SMEs) ภายใต้การบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้อง

กับแนวคิดของLee(2009)ที่อธิบายว่าสมรรถนะของผู้ประกอบการ เป็นคุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ประกอบการซึ่งจะไม่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการประกอบการโดยตรง แต่ต้องอาศัยองค์ประกอบในด้านอื่นๆ เช่น ความสามารถในการจัดการ ความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถในการสร้างเครือข่าย ความผูกพันกับองค์กร ความคิดสร้างสรรค์และโอกาสที่ดีในการประกอบการจึงจะทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถดำเนินงานได้เป็นอย่างดี ให้มีสมรรถนะผู้ประกอบการที่ตรงความต้องการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้เกิดความยั่งยืนและมีเสถียรภาพต่อไป โดยแตกต่างจากงานวิจัยของ Karatko& Hodgetts (1998) ที่ศึกษาเรื่อง “Competency of small and medium sized Entrepreneurial” พบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) มีความสามารถในการดำเนินงานแตกต่างกัน กล่าวคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่รับผิดชอบงานหลายด้านไม่ว่าจะเป็นด้านบริหาร ด้านวางแผนดำเนินงาน ด้านแสวงหาและติดต่อลูกค้า ด้านการจัดหาวัตถุดิบ จัดสรรทรัพยากรและควบคุมการผลิต ตลอดจนร่วมกิจกรรมด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) จึงจำเป็นต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเกือบทุกหน้าที่เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร การที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ไม่มีทักษะหรือขาดความสามารถในการจัดการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)จำนวนมากต้องปิดกิจการเนื่องจากประสบความล้มเหลวในการดำเนินงาน ความล้มเหลวของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เกิดจากผู้ประกอบการขาดทักษะในการบริหาร การเป็นผู้นำและมุมมองทางกิจการ ดังนั้นบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดี จำเป็นต้องมีทักษะพิเศษและมีคุณสมบัติบางอย่างที่ต่างจากบุคคลทั่วไป อย่างไรก็ตามผลการวิจัยนี้ไม่พบว่าสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ไม่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ(SMEs) แต่ส่งผลต่อขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กรที่ส่งผ่านไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ(SMEs) ในขณะที่ยังงานวิจัยของ Green (1999) ที่ได้เสนอแนวคิดด้านสมรรถนะผู้ประกอบการไว้อย่างน่าสนใจว่า สมรรถนะเป็นคุณลักษณะบุคคล (Characteristics of a person) โดยบ่งบอกถึงพฤติกรรม ทักษะ ซึ่งสามารถวัดได้และใช้ในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ และแนวคิดของ Andy Lockett, James Hayton, Deniz Ucbasaran, Kevin Mole & Gerard P Hodgkinson (2013) อธิบายว่าการเจริญเติบโต

ของธุรกิจ SME ขึ้นอยู่กับความสามารถของการเป็นผู้นำและการพัฒนาขีดความสามารถหลักของธุรกิจ SME โดยมีมุ่งเน้นที่การเจริญเติบโตของกระบวนการ กระบวนการบริหารจัดการ การอำนวยความสะดวกในการเจริญเติบโต รวมถึงผู้ที่สนับสนุนด้านนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการพัฒนาตลาดใหม่และตลาดสากล การเจริญเติบโตของกระบวนการจัดการโดยที่เป็นการเจริญเติบโตที่มีศักยภาพซึ่งมีโอกาสน้อยที่จะเกิดขึ้นได้ กระบวนการบริหารจัดการที่สนับสนุนพันธมิตรทางการค้าและการบริการ เพื่อเร่งการเจริญเติบโตทางทรัพยากรที่สำคัญ ความสามารถในการสนับสนุนการเจริญเติบโตทางการเงินและรวมถึงทุนทางปัญญา ทางการเงินจะทำการตรวจสอบข้อเท็จจริง ความเสี่ยงและการแสวงหาผลประโยชน์ แอบแฝง ทุนทางปัญญา (ทรัพยากรทางปัญญา องค์การของมนุษย์และทุนทางสังคม) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ ต่อการดำเนินกิจการ

ตารางที่1ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม (Dependent variable)	ค่าความ ผันแปร (R ²)	อิทธิพล (effect)	ตัวแปรอิสระ				
			FCM	FNM	EC	CS	FC
EC	0.985	DE	0.24500***	0.8060***	N/A	N/A	N/A
		IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		TE	0.24500***	0.8060***	N/A	N/A	N/A
CS	0.501	DE	N/A	N/A	0.708**	N/A	0.333
		IE	0.74410***	0.7441***	N/A	N/A	N/A
		TE	0.74410***	0.7441***	0.708**	N/A	0.333
FC	0.711	DE	N/A	N/A	0.422***	0.490***	N/A
		IE	0.44435**	0.4741**	N/A	N/A	N/A
		TE	0.44435**	0.4741**	0.422***	0.490***	N/A
FP	0.555	DE	N/A	N/A	0.107	0.333**	0.362**
		IE	0.112	0.3620	N/A	N/A	N/A
		TE	0.112	0.3620	0.107	0.333**	0.362**

หมายเหตุ: DE = Direct effect, IE = Indirect effect, TE = Total effect

N/A = not applicable, Significant level, *** $p \leq 0.01$, ** $p \leq 0.05$, * $p \leq 0.10$

3.ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ภายหลังการปรับโมเดล พบว่าโมเดลโครงสร้างเชิงเส้นของผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใต้การบริหารการเปลี่ยนแปลง

และเครือข่ายทางธุรกิจที่เป็นโมเดลสมมติฐาน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (X^2/df) = 2.80, GFI=0.900, NFI =0.910, TLI =0.900, CFI=0.940 และ AGFI=0.910 รายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

เกณฑ์	ค่ากำหนด	ค่าที่ได้ของตัวแบบ	ผลการทดสอบ
Parsimonious fit (X^2/df)	< 5.0	2.80	ผ่าน
Incremental fit			
AGFI	> 0.90	0.91	ผ่าน
CFI	> 0.90	0.94	ผ่าน
TLI	> 0.90	0.90	ผ่าน
NFI	> 0.90	0.91	ผ่าน

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดการบริหารการเปลี่ยนแปลงและเครือข่ายทางธุรกิจ อภิปรายผลการศึกษาดังนี้ ผลการศึกษาการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงส่งผลทางบวกกับสมรรถนะผู้ประกอบการพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจSMEs หมายความว่า การจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงมีผลกับสมรรถนะผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Bheemappa (2003) ได้อธิบายว่าผู้ประกอบการเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ กับสภาพแวดล้อมซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น ผลการศึกษาการจัดการ

ทางด้านเครือข่ายทางการค้าส่งผลทางบวกกับสมรรถนะผู้ประกอบการ พบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจSMEs หมายความว่า การจัดการทางด้านเครือข่ายทางการค้ามีผลกับสมรรถนะผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Hugh J. Munro (1995) พบว่าทฤษฎีเครือข่ายสามารถนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับกระบวนการในการทำงานของธุรกิจ SMEs ที่ประสบความสำเร็จที่มีมากขึ้น ในด้านความสัมพันธ์ในตลาดการค้า ผ่านทางความสัมพันธ์ที่มีในขณะเดียวกันความสัมพันธ์เครือข่ายอาจมีการจำกัดในบางมิติ

ผลการศึกษาสมรรถนะผู้ประกอบการส่งผลทางบวกกับศักยภาพองค์กรพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมี

นัยสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจSMEs หมายความว่าสมรรถนะผู้ประกอบการมีผลกับศักยภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจSMEsเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของBoyatzis (1982) พบว่าศักยภาพองค์กรเป็นสิ่งที่สามารถนำไปใช้กับสมรรถนะของผู้จัดการและยังสามารถนำไปใช้กับสมรรถนะของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัด เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสมรรถนะทางด้านการจัดการในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาสมรรถนะผู้ประกอบการส่งผลทางบวกกับขอบข่ายการแข่งขันพบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจSMEs หมายความว่าสมรรถนะผู้ประกอบการมีผลกับขอบข่ายการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจSMEsเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของChandler & Hanks (1994) พบว่าขอบข่ายการแข่งขัน หมายถึงตำแหน่งที่ผู้ประกอบการดำเนินการเกี่ยวกับการแข่งขันและการกำหนดวิธีการทำงานของผู้ประกอบ โดยผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความพร้อมของโอกาสสำหรับผู้ประกอบในตลาดการแข่งขันและยอมรับที่จะรับผลกระทบจากกระบวนการหรือวิธีการทำงานที่ผู้ประกอบการได้จากการรับรู้จากปัจจัยเหล่านี้

การศึกษาศมรรถนะผู้ประกอบการส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์ ไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย หมายความว่าสมรรถนะผู้ประกอบการไม่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งสอดคล้องกับ (Bai,2010) พบว่าผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Firm Performance) เป็นผลที่ได้รับจากการซื้อสินค้าหรือการบริการกับผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อ

ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน และการเพิ่มยอดขายและผลกำไรให้กับผู้ประกอบการรวมถึงการลดต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในด้านค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

ผลการศึกษาขอบข่ายการแข่งขันส่งผลทางบวกกับศักยภาพองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาขอบข่ายการแข่งขันส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาศักยภาพองค์กรส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ซึ่งพบว่าข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View--RBV) สามารถนำมาใช้ในการสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competency) ในธุรกิจ SMEs ได้ในสภาพปัจจุบัน โดยข้อมูลที่ได้บ่งชี้ว่าเรามีศักยภาพองค์กร(Firm Capability)ที่ดีมีประสิทธิภาพ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถสร้าง ได้ด้วยการสร้างความแตกต่างทางการตลาด การดูแลด้านต้นทุน การให้ความรู้การทำงานให้กับพนักงาน และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยนำกรอบแนวคิดสมการโครงสร้างตามสมมติฐานของผู้วิจัยไปทำการวิจัยกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในส่วนภูมิภาคอื่นๆ โดยทำการสำรวจข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อเปรียบเทียบว่าในส่วนของศักยภาพองค์กร (Firm Capability) และขอบข่ายการแข่งขัน (Competitive Scope) ที่แตกต่างกัน ผลที่ได้จะมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไรและเพราะสาเหตุใด

2. นำกรอบแนวคิดสมการโครงสร้างตามสมมติฐานของผู้วิจัยที่ได้นำตัวแปรที่ไม่พบว่ามี

นัยสำคัญทางสถิติออกไปทำการศึกษาวิจัยกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในส่วนภูมิภาคอื่นๆ โดยทำการสำรวจข้อมูลกับในผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อเปรียบเทียบว่าในส่วนของศักยภาพองค์กร (Firm Capability) และขอบข่ายการแข่งขัน (Competitive Scope) ที่แตกต่างกันผลที่ได้จะมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และเพราะสาเหตุใด

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อค้นหาคำตอบว่าเพราะเหตุใดคุณสมบัติผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competency) จึงไม่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

References

- Ahmad, N. H. 2007. **A Cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia**. Doctor of Philosophy Dissertation, University of Adelaide.
- Adler, P. (1993), 'The Learning Bureaucracy: New United Motor Manufacturing, Inc', *Research on Organization Behavior*, 15, pp. 111-194.
- Apiraks Wansathop.(2545). "Competency: A Challenge in Modern Organization". *Productivity World*. 7(14),17-27.
- Argyres, N.S. (1996), "Evidence on the role of firm capabilities in vertical integration decisions", *Strategic Management Journal*, 17(2), pp. 129-150.
- Barney J.B. (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17, pp. 99-120.
- Barney, J.B. (2001). "Is the Resources-Based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes", *Academy of Management Review*, 26, pp.41-46.
- Barney, J.B. (2001a), "Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on the Resource-Based View", *Journal of Management*, 27(6), pp.643-650.

- Bird, B. (1995). "Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship*". **Firm Emergence and Growth**, 2, 51-72.
- Bollen, K. A. (1989). **Structural Equations with Latent Variables**. New York: John Wiley and Sons
- Chandler, A., P. Hagström and Ö. Sölvell (eds) (1998), **The Dynamic Firm**, Oxford and New York: Oxford University Press
- José Sánchez,(2012). **The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance**.Spain: (n.a).
- National Statistical Office, Social Security Office and Department of Business Development.(2557).**Promotion of Small and Medium Enterprises**.(n.a.).
- Sombat Kusumawadee.(2555). "Creative Economy, Class, and Creative Human Capital"
Resource and Organization.1(2),65-82.
- Wiklund, J. (1999). "The sustainability of the entrepreneurial orientation–performance relationship". **Entrepreneurship Theory and Practice**, 24, 37-48.
- Yukl, G. A. (2002). **Leadership in organizations** (5th ed.). New York: Prentice Hall.
- Zahra, S.A. (1993). "Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: a taxonomic approach". **Journal of Business Venturing**, 8 (4), 319-340.