

โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร
นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิผลองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการ
แข่งขัน : หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

Causal Structural Relationship Model of Organizational Agility,
Organizational Innovation, and Organizational Effectiveness on Competitive
Advantage: Empirical Evidence from Wooden Furniture Manufacturing
Businesses in Thailand

¹ภัทริกา ชินช่าง, ²ตะวันรอน สังขวน

³มงคล เอกพันธ์, และ ⁴นิสากร พุทธวงศ์

¹Pattarika Chinchang, ²Tawanron Sungyuan

³Mongkol Aekphan, and ⁴Nisagorn Puttawong

^{1, 4}คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

^{1, 4}Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University, Thailand

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

²Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University, Thailand

³คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

³Faculty of Business and Accountancy, Roi Et Rajabhat University, Thailand

E-mail: ¹pattarika.ch@gmail.com, ²tawanron.su@gmail.com

³ajeck_ie@hotmail.com, ⁴nisagorn@npu.ac.th

Received March 4, 2025; Revised April 9, 2025; Accepted May 15, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) พัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 396 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ประกอบด้วย ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน, การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วย

ตัวแบบโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมองค์กรและประสิทธิภาพองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df = 1.268$, $df = 69$, $p\text{-value} = 0.066$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.948$, $NFI = 0.979$, $CFI = 0.995$, $RMSEA = 0.026$) ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ ด้านความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ข้อมูลเชิงกลยุทธ์นี้ยังสามารถใช้ในการจัดการธุรกิจและการบริหารความเสี่ยงได้อีกด้วย

คำสำคัญ: ความคล่องตัวขององค์กร; นวัตกรรมองค์กร; ประสิทธิภาพองค์กร; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

Abstract

This article aimed to 1) develop a causal relationship model between organizational agility, organizational innovation, organizational effectiveness, and competitive advantage and 2) examine the relationship between organizational agility, organizational innovation, organizational effectiveness, and competitive advantage. This quantitative research used a mailed questionnaire as a data collection tool, with a sample of 396 wooden furniture manufacturing businesses in Thailand selected through simple random sampling. Statistical analysis included Pearson correlation, factor analysis, and structural equation modeling. The results indicated that 1) organizational agility positively influenced organizational innovation, organizational effectiveness, and competitive advantage, and both organizational innovation and effectiveness positively impacted competitive advantage, with statistical significance, and 2) the development of the causal relationship models was consistent with the empirical data ($\chi^2/df = 1.268$, $df = 69$, $p\text{-value} = 0.066$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.948$, $NFI = 0.979$, $CFI = 0.995$, $RMSEA = 0.026$). The result of this study will be the guidelines for driving managerial policy as well as practical skill development in terms of organizational agility, organizational innovation, organizational effectiveness, and competitive advantage in the wooden furniture manufacturing businesses in Thailand. This strategic information can also be used for business management and risk management.

Keywords: Organizational Agility; Organizational Innovation; Organizational Effectiveness; Competitive Advantage; Furniture Industry

บทนำ

ในยุคปัจจุบันความท้าทายและวิกฤตการณ์ระดับโลกทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องใช้แนวทางเชิงรุกในการแก้ไขปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำรงอยู่ทางการเงินและความยั่งยืนในระยะยาว องค์กรต้องปรับตัวและตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบในทุกด้าน ความล่าช้าในการตอบสนองเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอาจคุกคามการอยู่รอดขององค์กรได้ (Adeborode et al., 2025) ปัจจัยสำคัญในการสร้างความอยู่รอดและการเติบโตขององค์กร ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ความยืดหยุ่นในระดับสูง และความสามารถในการควบคุมความไม่แน่นอนต่าง ๆ (Chwikowska-Kubala et al., 2023) ความคล่องตัวขององค์กรเป็นความสามารถของธุรกิจในการดำเนินการเชิงรุกและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ความคล่องตัวขององค์กรในระดับที่สูงกว่านั้นจะทำให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในระยะเวลาที่รวดเร็วขึ้น (Guo, Yin, & Liu, 2023) ความคล่องตัวขององค์กรจึงเป็นวิธีหนึ่งในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอก และภายในที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ องค์กรจำนวนมากจึงพยายามที่จะเพิ่มความคล่องตัวขององค์กร เพื่อให้สามารถอยู่รอดในสภาพแวดล้อมของโลกซึ่งมีลักษณะพิเศษ VUCA ได้แก่ ความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) (Gong & Ribiere, 2023)

ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ประสบกับความปั่นป่วนและสภาวะที่ไม่แน่นอน เนื่องมาจากการการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ความต้องการของตลาดและกระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เกิดขึ้นจากความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั่วโลก ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ต้องเผชิญกับอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ ประการแรก วัตถุดิบมีไม่มากอีกต่อไป หาซื้อได้ยาก และมีราคาแพงขึ้นเนื่องจากแหล่งทรัพยากรจำกัด ราคาไม้จึงเพิ่มขึ้น ส่งผลถึงต้นทุนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สูงขึ้น ประการที่สอง องค์กรส่วนใหญ่ในธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่สามารถดำเนินการกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการใช้วัตถุดิบอย่างไร้ประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นจากปริมาณวัสดุไม้ที่สูญเสียไป (Susanty et al., 2021) ไม้เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติและสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ การใช้วัสดุจากธรรมชาติ ดังเช่น ไม้ในอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และภาวะโลกร้อน (Global Warming) ผลิตภัณฑ์ไม้นั้นยังประกอบไปด้วย โอกาสในการออกแบบ วงจรชีวิตของอาคารที่ยาวนานขึ้น อากาศภายในอาคารที่สะอาดขึ้น การประหยัดต้นทุนที่อาจเกิดขึ้น ความยั่งยืนที่ดีขึ้น ประสิทธิภาพในการใช้พลังงานที่มากขึ้น และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน ถึงแม้ว่าจะมีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุประเภทอื่น ๆ เช่น เหล็ก อลูมิเนียม แก้ว และพลาสติก แต่ไม้ก็ยังเป็นวัสดุพื้นฐานที่มีความสำคัญในการผลิตเฟอร์นิเจอร์มาโดยตลอด เฟอร์นิเจอร์ไม้

มีความโดดเด่นเนื่องจากความแข็งแรง น้ำหนักเบา ทนทาน และดูแลรักษาง่าย อย่างไรก็ตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่แพ้เฟอร์นิเจอร์ที่โดดเด่น นั่นคือ การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Topcu, 2023)

แม้ว่างานวิจัยในอดีตได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์กรไว้หลากหลายมิติ ดังเช่น การศึกษาของ Budiman et al. (2023) ที่เสนอความสามารถในการจัดการแบบพลวัตและความคล่องตัวขององค์กรในการรับรู้ถึงดุลยพินิจของผู้จัดการ หรือการศึกษาของ Yağmur, & Myrvang (2023) ได้ศึกษาผลกระทบของความคล่องตัวขององค์กรต่อการจัดการวิกฤตและความยืดหยุ่นขององค์กรในองค์กรด้านสุขภาพ เนื่องจากความคล่องตัวขององค์กรเป็นความสามารถในการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดคิด เป็นความสามารถที่สำคัญสำหรับองค์กรในการอยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งยังเป็นแรงผลักดันสำคัญสำหรับองค์กรในการส่งเสริมนวัตกรรมและการรับมือกับความซับซ้อนในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ทำให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาวะตลาด โดยการบูรณาการ การสร้าง และการกำหนดค่าทรัพยากรทั้งภายในและภายนอก (Khalil & Winkler, 2023) แต่การศึกษาที่มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างความคล่องตัวขององค์กรกับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์นี้ในอุตสาหกรรมธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม่ยังมีการศึกษาที่น้อย

ดังนั้น เพื่อครอบคลุมช่องว่างการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในประเด็นที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย การศึกษานี้จะช่วยให้ผู้บริหารองค์กรธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการสร้างกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนเตรียมความพร้อม การปรับตัว และการพัฒนาองค์กรเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. พัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability View : DCV)

ในการวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต มาอธิบายความสัมพันธ์ของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย Teece et al. (1997) กล่าวว่าทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตเป็นการขยาย

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory) และเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการประเมินว่าองค์กรต่าง ๆ นั้นสามารถสร้างและเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจเพื่อให้สามารถสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมแบบพลวัต (Teece et al., 1997) นอกจากนี้ยังนำเสนอแนวคิดที่ว่าองค์กรต้องผสมผสานทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกเข้าด้วยกันเพื่อเพิ่มศักยภาพในสภาพแวดล้อมทางการตลาดแบบพลวัต ทั้งยังสามารถอธิบายความแตกต่างของประสิทธิภาพขององค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมได้ ในขณะเดียวกันก็มอบโอกาสที่ดีที่สุดแก่องค์กรต่าง ๆ ในการสร้างและปรับเปลี่ยนทรัพยากรของตน จึงเป็นที่แน่นอนว่าผลลัพธ์ที่คาดหวังของแต่ละองค์กร คือ การสร้างและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ว่าทุกองค์กรจะสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้ เพื่อเป็นการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต่าง ๆ นั้นต้องมีความคล่องตัวในการปรับใช้ทรัพยากรและความสามารถในการเหมาะสมกับตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงใช้ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตเป็นทฤษฎีพื้นฐานเพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิผลองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ความคล่องตัวขององค์กร (Organizational Agility : ORA)

ความคล่องตัวขององค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวน เพื่อลดภัยคุกคาม และเพิ่มโอกาสในการตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้น (Melían-Alzola, Domínguez-Falcón, & Martín-Santana, 2020) ความคล่องตัวขององค์กร ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ความยืดหยุ่น (Flexibility) การตอบสนอง (Responsiveness) สมรรถนะ (Competencies) ความสามารถในการรับรู้ (Sensing Capability) (Shajrawi, & Aburub, 2023) ด้วยความคล่องตัวขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ทำให้องค์กรสามารถรับรู้ถึงโอกาสในการดำเนินการแข่งขันทางธุรกิจกับตลาดเป้าหมาย และยังสามารถเตรียมความรู้และทักษะสำหรับโอกาสเหล่านั้นได้ (Al-Omoush, Simón-Moya, & Sendra-García, 2020) ความคล่องตัวขององค์กรช่วยให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงในตลาดเป้าหมายได้โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากตลาด องค์กรต่าง ๆ สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานได้โดยสามารถปรับกิจกรรมการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างรายได้ ดังเช่น ความยืดหยุ่นในการใช้ทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ และความยืดหยุ่นในการจัดสรรทรัพยากร (Khalil et al. 2023) ความคล่องตัวขององค์กรช่วยให้องค์กรสามารถระบุและดำเนินการตามความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว องค์กรที่มีความคล่องตัวที่สูงจึงได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรอย่างต่อเนื่องมากกว่าองค์กรที่ไม่มีความคล่องตัว (Guo, Yin & Liu, 2023) Khalil et al. (2023) ศึกษาเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์กรและนวัตกรรมองค์กรของอุตสาหกรรมโรงแรมหลังการระบาดของโควิด-19 และพบว่าองค์กรที่มีความคล่องตัวขององค์กรสูงมีแนวโน้ม

ที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Panda (2025) ที่พบว่าความคล่องตัวขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีประสิทธิภาพต่อนวัตกรรมองค์กร ในบริบทของธุรกิจธนาคารของอินเดีย ความคล่องตัวขององค์กรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรที่มีความยืดหยุ่นและสามารถส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรได้ ทำให้เกิดการตัดสินใจที่มุ่งเน้นการดำเนินงานที่ดีขึ้นด้วยการทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม จึงแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความคล่องตัวขององค์กรกับประสิทธิภาพองค์กร (Abdel-Qader, 2021) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Bekos, Jaakkola and Chari (2025) แสดงให้เห็นว่า ความคล่องตัวขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร ความคล่องตัวช่วยให้องค์กรมีทางเลือกมากมายในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด องค์กรต่าง ๆ จะสามารถจัดการกับความไม่แน่นอนของตลาดได้ดีขึ้น การศึกษาของ Almahirah (2020) บ่งชี้ว่าความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการเพิ่มและพัฒนาความสามารถในการบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรทั้งยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์กรจึงเป็นความสามารถที่ช่วยเพิ่มความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อโอกาสใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และรักษาความยืดหยุ่น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคล่องตัวขององค์กรมีผลในเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย (Clauss et al., 2021)

นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation : ORI)

นวัตกรรมองค์กร หมายถึง ระดับความสามารถขององค์กรในการการดำเนินการของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ซึ่งที่ได้รับการปรับปรุง และวิธีการทางการตลาดใหม่ ๆ ในการดำเนินงานระหว่างองค์กร องค์กรในที่ทำงาน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (OECD, 2005) นวัตกรรมองค์กร ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) และนวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดทั่วโลกในปัจจุบัน แม้ว่าธุรกิจจะมีขนาดใหญ่แค่ไหนก็ตาม การไม่มีนวัตกรรมใด ๆ ก็หมายความว่าโอกาสในการอยู่รอดนั้นน้อยมาก องค์กรต่าง ๆ จะต้องดำเนินกิจกรรมสนับสนุนนวัตกรรมองค์กรเพื่อรักษาการเติบโตของธุรกิจและเป็นผู้นำในตลาด องค์กรจะต้องใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง หากต้องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการวิธีการดูดซับความรู้จากภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ และวิธีผสมผสานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ตลอดจนสร้างเทคนิค ผลิตภัณฑ์ และวิธีการจัดการใหม่ ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญสำหรับองค์กรในการแสวงหานวัตกรรมองค์กร การศึกษาก่อนหน้านี้ Cadden et al. (2023) เผยให้เห็นว่านวัตกรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่มีศักยภาพที่จำเป็นต่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพซึ่งมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาองค์กรและเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จในตลาด Banmairuroy, Kritjaroen and Homsombat (2022) ได้นำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมองค์กรและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยนวัตกรรมองค์กรสามารถช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้ก้าวไปสู่ตำแหน่งที่

เหนือกว่าได้ในอุตสาหกรรมของประเทศไทยภายใต้โมเดลประเทศไทย 4.0 การศึกษาของ YahiaMarzouk and Jin (2022) แสดงให้เห็นการเชื่อมโยงนวัตกรรมองค์กรกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอียิปต์ นวัตกรรมองค์กรที่แข็งแกร่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมองค์กรจึงเป็นปัจจัยที่มีศักยภาพต่อการรักษาการเติบโตขององค์กร ผลกำไรโดยรวม ส่วนแบ่งทางการตลาด และมีศักยภาพในการช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น องค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรจึงจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า องค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรน้อยกว่า

ประสิทธิผลองค์กร (Organizational Effectiveness : ORE)

ประสิทธิผลองค์กร หมายถึง ระดับความสามารถขององค์กรที่มีความคล่องตัวในการตัดสินใจ การสร้างสรรค์ ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันกับคู่แข่ง การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการรักษาผู้มีความสามารถในองค์กร (Jha et al., 2019) ประสิทธิผลองค์กร ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ การจัดการองค์กร (Organizational Management) การออกแบบและการดำเนินโครงการ (Project design and Implementation) การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsiveness) เครือข่ายและพันธมิตร (Networks and Partnerships) (Wadongo & Abdel-Kader, 2014) ประสิทธิผลองค์กรมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กร องค์กรจะมีประสิทธิผลเมื่อสามารถจัดการความคลุมเครือ ความยืดหยุ่น การมุ่งเน้นลูกค้า การผลิต การเรียนรู้ที่เน้นคุณค่าและเป็นระบบ ตลอดจนการรับรู้ถึงการจัดการกับงานหลักและการเสริมอำนาจให้กับพนักงาน (Yadav, Pandita & Singh, 2022) การศึกษาของ Sharma and Sharma (2020) แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลขององค์กรกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการตระหนักถึงความสำคัญของความสามารถในการปรับตัวในบริบทของทิม ซึ่งพบว่าทิมที่มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวขององค์กรสามารถปรับตัวได้ง่ายมากขึ้นเมื่อต้องรับมือกับความต้องการที่แตกต่างกันของตลาด เช่นเดียวกับการศึกษาของ Zhang et al. (2024) ที่ได้ยืนยันว่าบทบาทของการดำเนินการตามกลยุทธ์และประสิทธิผลองค์กรจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเพื่อให้องค์กรบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังเช่น ความคล่องตัวในการตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง การแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมที่สุด

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage : CAD)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ระดับความสามารถขององค์กรในการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันในเชิงรับที่เหนือกว่า และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Porter, 1985) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ คุณภาพ (Quality) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ระยะเวลา (Time) และต้นทุน (Cost) ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและแรงกดดันทางการแข่งขันที่รุนแรงต่อองค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

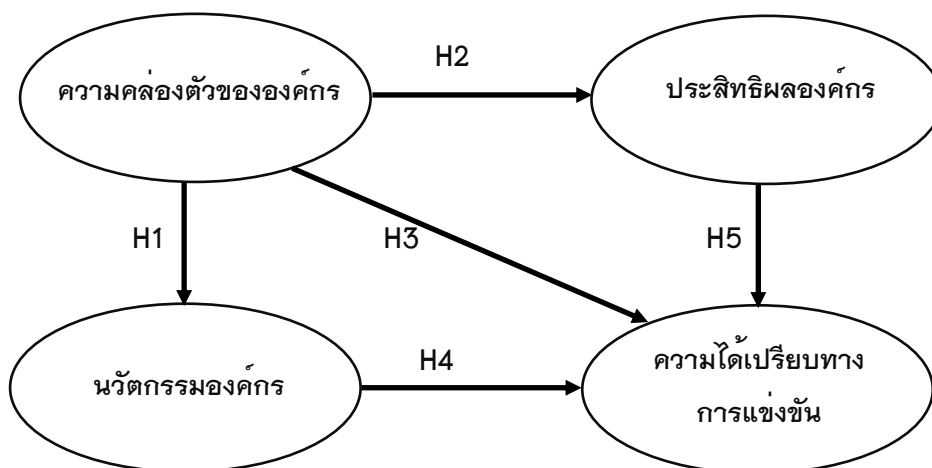
ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อธุรกิจและกิจกรรมทั้งหมดในทุกประเทศทั่วโลก ความได้เปรียบทางการแข่งขันสะท้อนถึงความสามารถเฉพาะตัวขององค์กรที่เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ ด้วยการสร้างขีดความสามารถที่แตกต่างกันจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงตำแหน่งขององค์กรในตลาด และทำให้องค์กรมีความโดดเด่นและประสบความสำเร็จมากขึ้น การที่องค์กรมุ่งเน้นไปที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะช่วยปรับปรุงกิจกรรมการดำเนินงานและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแผนทั่วไปขององค์กร (Al-Khatib & Al-ghanem, 2022) นอกจากนี้ภูมิทัศน์ดิจิทัล (Digital Landscape) ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล องค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้ดำรงอยู่ต่อไปในตลาดโลกได้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงถือเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาดด้วยความสามารถในการสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันเอาไว้เพื่อให้บรรลุคุณค่าขององค์กร ความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นเกิดขึ้นเมื่อผลกำไรขององค์กรสูงกว่าผลกำไรเฉลี่ยขององค์กรทั้งหมดในอุตสาหกรรมเดียวกัน รากฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แต่ละองค์กรมี (Mohammad Shafiee, 2022) ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นเงื่อนไขที่ทำให้องค์กรต่าง ๆ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลมากกว่าคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม ตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความต่อเนื่อง ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันเหล่านี้ได้มาในระยะสั้น เนื่องจากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและโลกาภิวัตน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดโลกที่การผลิตและการบริการเชื่อมโยงกันมากขึ้น องค์กรจำนวนมากพยายามค้นหาวิธีการที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ดีขึ้นในตลาด โดยใช้ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น (Azeem et al., 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย พบว่าความคล่องตัวขององค์กรมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ควรคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ เนื่องจากความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้นวัตกรรมองค์กรและประสิทธิภาพองค์กรยังมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำมาซึ่งสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 : ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร
- สมมติฐานที่ 2 : ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร
- สมมติฐานที่ 3 : ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 4 : นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 5 : ประสิทธิภาพองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของตัวแปรเพื่อสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยดังต่อไปนี้ 1) ความคล่องตัวขององค์กร (Organizational Agility : ORA) ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ความยืดหยุ่น (Flexibility) การตอบสนอง (Responsiveness) สมรรถนะ (Competencies) และความสามารถด้านการรับรู้ (Sensing Capability) 2) นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation : ORI) ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) และ นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) 3) ประสิทธิภาพองค์กร (Organizational Effectiveness : ORE) ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ การจัดการองค์กร (Organizational Management) การออกแบบและการดำเนินโครงการ (Project design and Implementation) การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsiveness) เครือข่ายและพันธมิตร (Networks and Partnerships) 4) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage : CAD) ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ คุณภาพ (Quality) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ระยะเวลา (Time) และต้นทุน (Cost) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 845 กิจการ ได้มาจากฐานข้อมูลของกรมการพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย (www.dbd.go.th) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรผู้ให้ข้อมูลที่ดี กลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรที่ประกอบธุรกิจด้านธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย และขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความเหมาะสมสามารถให้ข้อมูลของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ที่เกี่ยวกับคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพ

องค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) ที่แนะนำว่าเกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 – 20 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ งานวิจัยนี้ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 16 ตัวแปร ผู้วิจัยเลือกกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ เท่ากับ 320 ตัวอย่าง ตามแนวคิดของ Salkind (2019) ที่แนะนำว่าการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำเป็นต้องเพิ่มขนาดเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์และป้องกันจดหมายสูญหาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดโดยใช้วิธีการสุ่มเกิน (Oversampling) ทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง

จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมสุ่มเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างครบตามจำนวนซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) นักวิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับคืนมาทั้งสิ้น จำนวน 396 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.20 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด สอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker Kumar and Day (2001) ซึ่งได้กล่าวว่า อัตราการตอบกลับทางไปรษณีย์อย่างน้อยร้อยละ 20 ถือว่าเป็นจำนวนที่ยอมรับได้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กร ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยตอนที่ 1-4 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended) โดยได้มีการยื่นเพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เลขที่หนังสือรับรอง 016/2567

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด ทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากงานวิจัยของ Aaker et al. (2001) ระบุว่าอัตราการตอบกลับ (Response Rate) ร้อยละ 20.00 เป็นอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้และได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 396 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 79.20 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ การศึกษานี้ไม่มีปัญหาความลำเอียงในการตอบแบบสอบถามอย่างมีนัยสำคัญ (Armstrong & Overton, 1977) โดยผู้วิจัยทดสอบความอคติในการตอบ (Non-response Bias) โดยเปรียบเทียบลักษณะของกิจการของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตอบก่อน (Early Respondents) และกลุ่มตอบภายหลัง (Late Respondents) พบว่า ทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Armstrong & Overton, 1977) นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) เพื่อทำให้ทราบถึงลักษณะทิศทาง และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใด การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลโดยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรเพื่อหาขนาดอิทธิพลที่ปรากฏในความสัมพันธ์ และตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อพิสูจน์ยืนยันสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 396 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.50 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 37.10 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 63.10 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.30 มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 42.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ร้อยละ 45.50 และมีตำแหน่งงานในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 76.30 และลักษณะปัจจัยส่วนองค์กร พบว่า รูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดร้อยละ 97.00 มีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นกิจการคนไทย ร้อยละ 67.40 มีที่ตั้งธุรกิจในภาคกลาง ร้อยละ 46.0 มีทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 150,000,000 บาท ร้อยละ 46.20 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 79.50 มีจำนวนพนักงานในปัจจุบัน มากกว่า 150 คน ร้อยละ 59.30 และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี มากกว่า 125,000,000 บาท ร้อยละ 71.00

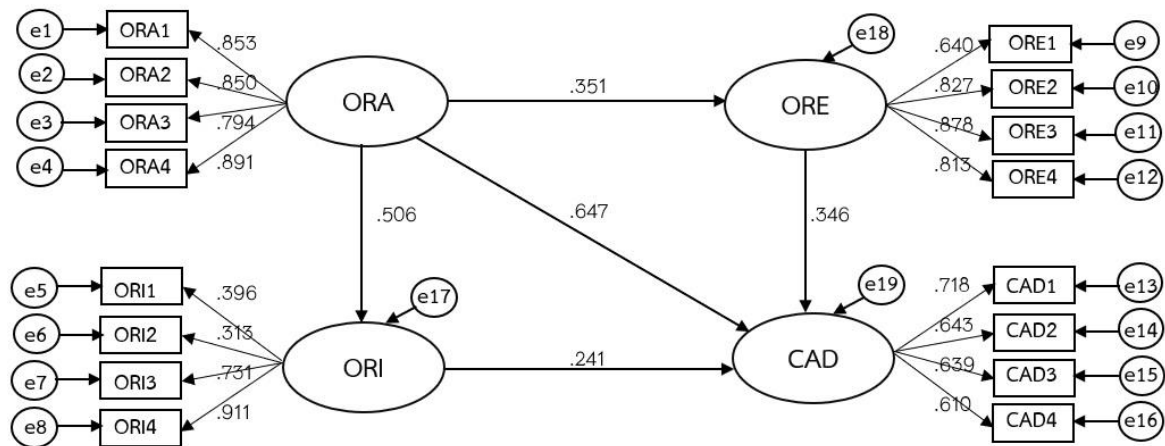
ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	ORA	ORI	ORE	CAD
ค่าเฉลี่ย (Mean)	4.057	3.942	4.082	3.792
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	.648	.533	.660	.591
ความคล่องตัวขององค์กร (ORA)				
นวัตกรรมองค์กร (ORI)	.378**			
ประสิทธิภาพองค์กร (ORE)	.397**	.353**		
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CAD)	.462**	.576**	.539**	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.353 ถึง 0.576 ซึ่งทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน และมีค่าไม่เกิน 0.8 (Hair et al., 2010) ดังนั้นจึงไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกรายตัวแปร พบว่าประสิทธิภาพองค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.082 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.660 รองลงมาคือ ความคล่องตัวของ

องค์กร มีค่าเฉลี่ย 4.057 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6489 นวัตกรรมองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.942 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.533 และลำดับสุดท้ายคือ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 3.794 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.591



ภาพที่ 2 แสดงค่าสถิติของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กรกับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (โมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์)

ในภาพที่ 2 แสดงการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Evaluation the data-model fit) ผลการวิจัยพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการศึกษาพบว่า ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้อง ได้แก่ $\chi^2/df = 1.268$, $df = 69$, $p\text{-value} = 0.066$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.948$, $NFI = 0.979$, $CFI = 0.995$, $RMSEA = 0.026$ ประเมินความเหมาะสมของโมเดลสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบตามสมมติฐานกับข้อมูล

ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา (Byrne, 1998)	ค่าสถิติในตัวแบบ	ผลการพิจารณา
χ^2	Not Significant	$\chi^2 = 87.462$, $df = 69$, $p\text{-value} = 0.066$	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	<3.00	1.268	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
GFI	>0.90	0.974	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
AGFI	>0.90	0.948	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
NFI	>0.90	0.979	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
CFI	>0.90	0.995	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
RMSEA	<0.05	0.026	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ตัวแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิผลองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์การตรวจสอบโมเดลด้วยค่าสถิติที่ใช้วัดระดับความกลมกลืนของโมเดล (Goodness-of Measures) ซึ่งเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่าตัวแบบทางทฤษฎีกับตัวแบบเชิงประจักษ์มีความเหมาะสมสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังแสดงในภาพที่ 2 โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.268 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value) มีค่าเท่ากับ 0.066 ค่าไคสแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 87.462 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 69 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.974 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.948 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.979 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.995 และมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาทุกข้อ ซึ่งต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 – 1.00 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แสดงให้เห็นว่ามีความเหมาะสมกลมกลืนเป็นอย่างดี (Byrne, 1998)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิผลองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรแฝงภายใน								
	ORI			ORE			CAD		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ORA	.506***	–	.506***	.351***	–	.351***	.647***	.244***	.891***
ORI	–	–	–	–	–	–	.241***	–	.241***
ORE	–	–	–	–	–	–	.346***	–	.346***
CAD	–	–	–	–	–	–	–	–	–
R ²		.256			.123			.998	
ค่าสถิติ	$\chi^2/df=1.268$, $df=69$, $p\text{-value}= .066$ $GFI = .974$, $AGFI=.948$, $NFI=.979$, $CFI=.995$, $RMSEA=.026$								

DE=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect (Standard Errors: S.E.) *** $p<0.01$

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยแสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิผลองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ตามสมมติฐานการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การตรวจสอบลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กรกับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ด้วยการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตามสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.506 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.351 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.647 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐานที่ 3 นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.241 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐานที่ 4 และ ประสิทธิภาพองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.346 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐานที่ 5

นอกจากนี้ ผลงานวิจัยนี้ได้แสดงค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) หรือ ค่าความเชื่อมั่นรายข้อในการวัดอันเป็นค่าที่ระบุสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวบ่งชี้กับองค์ประกอบรวมค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในระดับสูงจะสะท้อนให้เห็นถึงค่าความเชื่อมั่น โดยตัวบ่งชี้ที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ($R^2 = 0.998$) นวัตกรรมองค์กร ($R^2 = 0.256$) และประสิทธิภาพองค์กร ($R^2 = 0.123$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

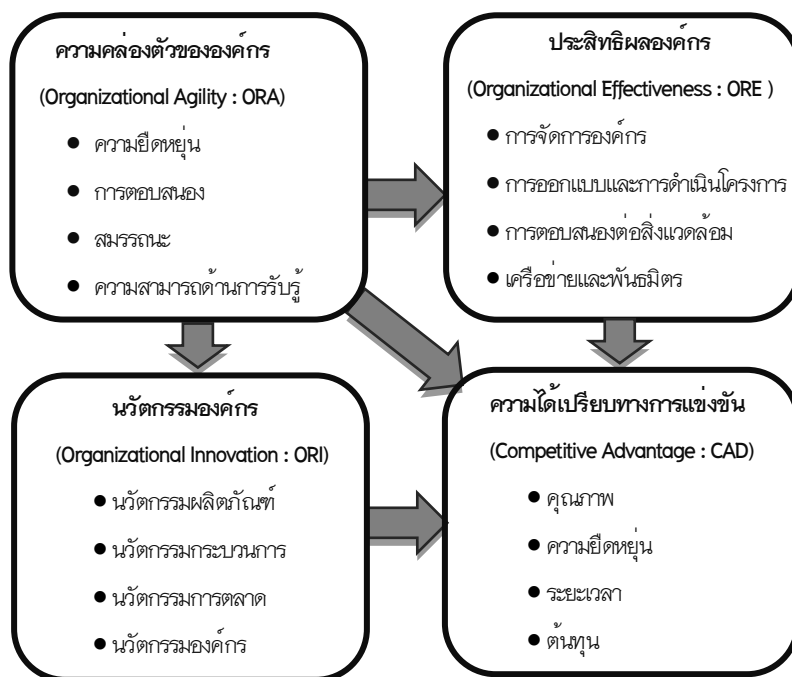
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร ได้แก่ ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.268 โดยมีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.066 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 69 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ 0.974 ค่า AGFI เท่ากับ 0.948 ค่า NFI เท่ากับ 0.979 ค่า CFI เท่ากับ 0.995 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.026 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดสอดคล้องกับแนวคิดของ (Byrne, 1998)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ความคล่องตัวขององค์กรสะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองอย่างรวดเร็วและสร้างสรรค์ต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดคิดในสภาพแวดล้อมภายนอกโดยผ่านนวัตกรรมองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Khalil et al. (2023) แสดงให้เห็นว่าความคล่องตัวขององค์กรสามารถเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กร เช่นเดียวกับการศึกษาของ Panda (2025) ที่นำเสนอว่าความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Abdel-Qader (2021) แสดงให้เห็นผลเชิงบวกของความคล่องตัวขององค์กรต่อประสิทธิภาพองค์กร โดยเพิ่มการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการพัฒนาและนำเสนอ นวัตกรรมองค์กรทั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Bekos Jaakkola and Chari (2025) ที่พบว่าระดับความคล่องตัวขององค์กรจะส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Almohirah (2020) แสดงให้เห็นว่าความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความคล่องตัวขององค์กรสามารถนำมาซึ่งประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และช่วยให้องค์กรต่าง ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลไกการจัดการที่หลากหลาย เช่นเดียวกับ Clauss et al. (2021) ที่พบว่าความคล่องตัวขององค์กรเป็นทรัพยากรหรือความสามารถที่สำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ของ Banmairuroy, Kritjaroen and Homsombat, (2022) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารสามารถค้นหาวิธีแก้ปัญหาและความท้าทายที่ผ่านนวัตกรรมองค์กร ซึ่งช่วยให้องค์กรต่าง ๆ สามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ YahiaMarzouk and Jin (2022) ที่พบว่า นวัตกรรมองค์กรจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน เนื่องจากนวัตกรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และการศึกษาของ Cadden et al. (2023) ที่ได้นำเสนอว่านวัตกรรมองค์กรที่เพิ่มมากขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าและจะช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการพัฒนาขีดความสามารถใหม่ ๆ ที่ช่วยให้บรรลุและรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น ประสิทธิภาพองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ของ Sharma and Sharma (2020) ที่แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพองค์กรนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Zhang et al. (2024) ที่พบว่าประสิทธิภาพองค์กรนั้นสามารถทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถเฉพาะตัวขององค์กรและเหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงตำแหน่งขององค์กรในตลาด ทำให้องค์กรมีความโดดเด่น และประสบความสำเร็จ

มากขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ Yadav, Pandita and Singh (2022) ที่แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพองค์กรช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และช่วยเติมเต็มความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนงานวิจัยที่ผ่านมา ผลการค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำเป็นต้องมีความคล่องตัวขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ความยืดหยุ่น การตอบสนอง สมรรถนะ และความสามารถด้านการรับรู้ ความคล่องตัวขององค์กรที่เพียงพอ และอยู่ในระดับที่สูง มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมการรับรู้และคว้าโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนวัตกรรมองค์กร ประกอบไปด้วย 4 มิติที่สำคัญ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร นอกจากนี้ ความคล่องตัวขององค์กรยังทำให้สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และโอกาสทางการตลาด ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติที่สำคัญ ได้แก่ การจัดการองค์กร การออกแบบและการดำเนินโครงการ การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเครือข่ายและพันธมิตร ความคล่องตัวขององค์กรสามารถปรับปรุงช่องทางการดำเนินงาน ตอบสนองต่อความไม่แน่นอนของตลาดได้อย่างรวดเร็ว และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ คุณภาพ ความยืดหยุ่น ระยะเวลา และต้นทุน



ภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

การวิจัยโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่า $\chi^2/df = 1.268$, $df = 69$, $p\text{-value} = 0.066$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.948$, $NFI = 0.979$, $CFI = 0.995$, $RMSEA = 0.026$ สรุปได้ดังนี้ 1) ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 2) ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 3) ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 4) นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 5) ประสิทธิภาพองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กรยังมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และเพิ่มศักยภาพขององค์กร โดยมุ่งเน้นการใช้ความสามารถทางด้านความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กร อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและการเคลื่อนไหวของตลาดได้อย่างรวดเร็ว สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน องค์กรที่มีความยืดหยุ่นจึงสามารถการสร้างโอกาสในการปรับตัวเข้ากับพลวัตของสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญกับการให้ความสำคัญแก่การสนับสนุนให้เกิดความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และประสิทธิภาพองค์กร จะทำให้องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทำให้เพิ่มความสามารถในการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าให้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมองค์กรและ ประสิทธิภาพองค์กร ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยควรให้ความสำคัญสร้างสมดุลระหว่างความคล่องตัวขององค์กร กับนวัตกรรมองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในกลุ่มตัวอย่างธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นที่แตกต่างกัน และควรศึกษาตัวแปรอื่นที่ไม่ใช่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน ความสำเร็จในการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D. A, Kumar, V., & Day, S. (2001). *Marketing research*. (7th ed.). New Jersey: Wiley.
- Abdel-Qader, M. A. (2021). The effectiveness of organizational agility on the organizational performance excellence of Jordanian National Industrial Companies. *Natural Volatiles & Essential Oils*, 8(4), 10669–10675. Retrieved from <https://www.nveo.org/index.php/journal/article/view/2191/1938>
- Adeborode, K. O., Dora, M., Umeh, C., Hina, S. M., & Eldabi, T. (2025). Leveraging organizational agility in B2B ecosystems to mitigate food waste and loss: A stakeholder perspective. *Industrial Marketing Management*, 125, 254–271. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2025.01.007>
- Al-Khatib, A. W., & Al-ghanem, E. M. (2022). Radical innovation, incremental innovation, and competitive advantage, the moderating role of technological intensity: evidence from the manufacturing sector in Jordan. *European Business Review*, 34(3), 344–369. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2021-0041>
- Almahirah, M. S. Z. (2020). The effectiveness of organizational agility as a strategic input in the process of enhancing organizational competitiveness. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(8s). 1628–1637. Retrieved from <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/12577>

- Al-Omoush, K. S., Simón-Moya, V., & Sendra-García, J. (2020). The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 279–288. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.10.002>
- Armstrong, J.S., & Overton, T.S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of marketing research*, 14(3), 396–402. <https://doi.org/10.2307/3150783>
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66, 101635. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101635>
- Banmairuroy, W., Kritjaroen, T., & Homsombat, W. (2022). The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: evidence from Thailand's new S-curve industries. *Asia Pacific Management Review*, 27(3), 200–209. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.09.001>
- Bekos, G. S., Jaakkola, M., & Chari, S. (2025). Organizational agility and firm performance: The role of architectural marketing capabilities. *Industrial Marketing Management*, 125, 239–253. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2025.01.005>
- Budiman, M. A., Soetjipto, B. W., Kusumastuti, R. D., & Wijanto, S. (2023). Organizational agility, dynamic managerial capability, stakeholder management, discretion, and project success: Evidence from the upstream oil and gas sectors. *Heliyon*, 9(9), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19198>
- Byrne, M. (1998). Structural equation with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: basic concepts, application, and programming. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cadden, T., Weerawardena, J., Cao, G., Duan, Y., & McIvor, R. (2023). Examining the role of big data and marketing analytics in SMEs innovation and competitive advantage: a knowledge integration perspective. *Journal of Business Research*, 168, 114225. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114225>
- Chwiłkowska-Kubala, A., Cyfert, S., Malewska, K., Mierzejewska, K., Szumowski, W., & Prause, G. (2023). What drives organizational agility in energy sector companies? The role of strategic CSR initiatives and the dimensions of proactive CSR. *Sustainable Futures*, 6, 100133. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2023.100133>

- Clauss, T., Kraus, S., Kallinger, F. L., Bican, P. M., Brem, A., & Kailer, N. (2021). Organizational ambidexterity and competitive advantage: The role of strategic agility in the exploration–exploitation paradox. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(4), 203–213.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.07.003>
- Gong, C., & Ribiere, V. (2023). Understanding the role of organizational agility in the context of digital transformation: an integrative literature review. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 55(2), 351–378. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-09-2022-0312>
- Guo, R., Yin, H., & Liu, X. (2023). Coopetition, organizational agility, and innovation performance in digital new ventures. *Industrial Marketing Management*, 111, 143–157.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.04.003>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Jha, N., Potnuru, R. K. G., Sareen, P., & Shaju, S. (2019). Employee voice, engagement and organizational effectiveness: A mediated model. *European Journal of Training and Development*, 43(7/8), 699–718. <https://doi.org/10.1108/EJTD-10-2018-0097>
- Khalil, M. L., Abd Aziz, N., Long, F., & Zhang, H. (2023). What factors affect firm performance in the hotel industry post–Covid–19 pandemic? Examining the impacts of big data analytics capability, organizational agility and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100081. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100081>
- Khalil, S., & Winkler, T. J. (2023). How software as a service simultaneously affords organizational agility and inertia. *The Journal of Strategic Information Systems*, 32(4), 101804.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2023.101804>
- Melián–Alzola, L., Domínguez–Falcón, C., & Martín–Santana, J. D. (2020). The role of the human dimension in organizational agility: An empirical study in intensive care units. *Personnel Review*, 49(9), 1945–1964. <https://doi.org/10.1108/PR-08-2019-0456>
- Mohammad Shafiee, M. (2022). Competitive advantage via intellectual capital: a moderated mediation analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 23(5), 957–997.
<https://doi.org/10.1108/JIC-05-2020-0152>
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York: McGraw–Hill.

- OECD. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paris: OECD Publishing.
- Panda, S. (2025). Effects of information technology and knowledge management capabilities on organizational innovation: the mediating role of organizational agility. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 1–26. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-11-2023-0306>
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of Business Strategy*, 5(3), 60–78. <https://doi.org/10.1108/eb039075>
- Salkind, N. J. (2019). *Exploring research*. (9th ed.). London: Pearson.
- Shajrawi, A., & Aburub, F. (2023). Impact of ERP usage on service differentiation: role of mediating effect of organizational agility. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 41(3), 359–375. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-06-2022-0085>
- Sharma, S., & Sharma, S. K. (2020). Probing the links between team resilience, competitive advantage, and organizational effectiveness: Evidence from information technology industry. *Business Perspectives and Research*, 8(2), 289–307. <https://doi.org/10.1177/2278533719887458>
- Susanty, A., Sumiyati, L. S., Syaiful, S., & Nihlah, Z. (2021). The impact of lean manufacturing practices on operational and business performances at SMES in the wooden furniture industry. *International Journal of Lean Six Sigma*, 13(1), 203–231. <https://doi.org/10.1108/IJLSS-08-2020-0124>
- Teece, D.J., Pisano, G., & Shuen, A., (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. https://doi.org/10.1142/9789812796929_0004
- Topcu, Y. E. (2023). The comparative advantages in the wooden furniture industry: does the export price matter?. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(6), 1145–1160. <https://doi.org/10.1108/CR-03-2022-0045>
- Wadongo, B., & Abdel-Kader, M. (2014). Contingency theory, performance management and organisational effectiveness in the third sector: A theoretical framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(6), 680–703. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-09-2013-0161>

- Yadav, A., Pandita, D., & Singh, S. (2022). Work–life integration, job contentment, employee engagement and its impact on organizational effectiveness: a systematic literature review. *Industrial and Commercial Training*, 54(3), 509–527. <https://doi.org/10.1108/ICT-12-2021-0083>
- Yağmur, Ö. B., & Myrvang, N. A. (2023). The effect of organizational agility on crisis management process and organizational resilience: Health sector example. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 96, 103955. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2023.103955>
- YahiaMarzouk, Y., & Jin, J. (2022). Linking environmental scanning and organizational innovation with competitive advantage: evidence from Egyptian SMEs. *Management & Sustainability: An Arab Review*, 1(2), 170–195. <https://doi.org/10.1108/MSAR-02-2022-0010>
- Zhang, J., Jehangir, F. N., Yang, L., Tahir, M. A., & Tabasum, S. (2024). Competitive advantage and firm performance: The role of organizational culture, organizational innovation, and knowledge sharing. *Journal of the Knowledge Economy*, 1–27. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01910-3>