

การทบทวนวรรณกรรม : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิต
อาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

Literature Review: Causative Factors Affecting Competitiveness of Small and
Medium Enterprise Entrepreneurs Processed seafood producers
In a New Normal Situation

วารีพร ชุศรี*

Wareeporn Chusri*

Received : February 8, 2022 Revised : June 30, 2022 Accepted : July 12, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการในครั้งนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยใช้การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เอกสารเพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการปรับตัว ความร่วมมือ มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งแนวทางการศึกษาในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดนี้ไปทดสอบเชิงประจักษ์ในกลุ่มผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่ผลให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตได้

คำสำคัญ : ความสามารถทางการแข่งขัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อาหารทะเลแปรรูป

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

* Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

* Corresponding author E-mail: wareeporn@hu.ac.th

Abstract

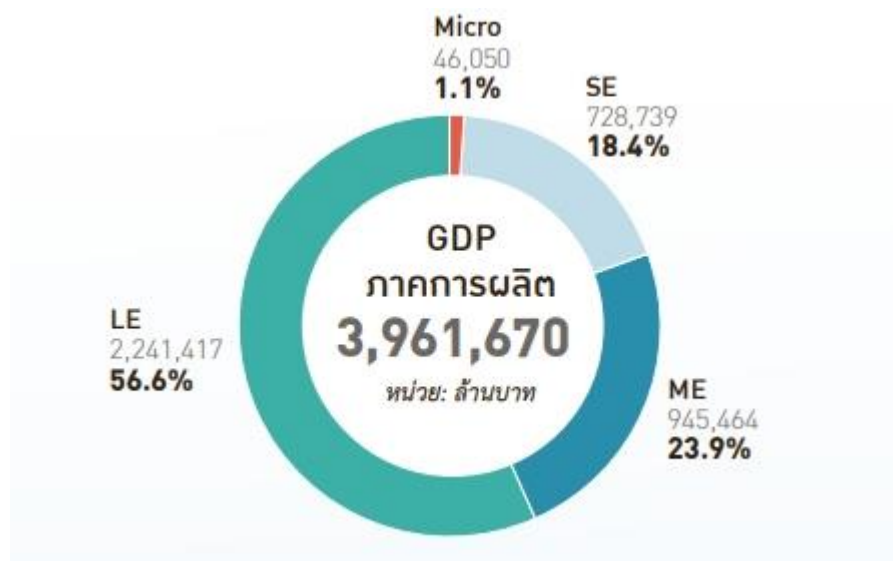
This study is a review of related literature aimed at developing a conceptual framework of factors affecting SME competitiveness among seafood entrepreneurs in a situational situation. Using studies and reviewing relevant literature and analyzing documents into a conceptual framework. That the study found the causal factors are transformational leadership, Adaptability, Cooperation affect the competitiveness of small and medium enterprises among entrepreneurs. In which future study guidelines can be applied to this conceptual framework to be empirically tested with entrepreneurs Which will lead to the result that the entrepreneurs have the ability to compete which results in business growth in the future.

Keywords : Competitive Ability, Small and Medium Enterprises, Processed Seafood

1. บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นกลไกสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ ทั้งในมิติของการสร้างรายได้ และเป็นแหล่งการจ้างงาน รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศในปี 2563 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่า 5,376,066 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP รวมของประเทศ เมื่อเทียบกับ GDP ในปี 2562 พบว่า มีอัตราการลดลงร้อยละ 35.0 และมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 9.1 ทั้งนี้ ในด้านของมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมรวมของประเทศไทยในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ในส่วนของภาคการผลิตมีผลิตภัณฑ์มวลรวมรวมของประเทศในปี 2563 เท่ากับ 3,961,670 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ แบ่งเป็นมูลค่า GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เท่ากับ 2,241,417 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.6 และเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เท่ากับ 1,720,253 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.4 โดยกลุ่มสาขาการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มี GDP มูลค่ามากที่สุดในสามอันดับแรก ได้แก่ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร มีมูลค่า 238,773 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม มีมูลค่า 160,893 ล้านบาท และสาขาการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี มีมูลค่า 131,839 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) รายละเอียด ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1
GDP ภาคการผลิต ปี 2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2564)

ในระหว่างปี พ.ศ. 2563-2564 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลง ซึ่งจากผลการสำรวจผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำรวจโดยฝ่ายการวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยเศรษฐกิจ พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ธุรกิจเกิดการชะงักงันซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีรายได้ลดลงจากปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 61.4- 63.6 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) รายละเอียดดังตาราง 1 อย่างไรก็ตาม นอกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญปัญหาทางเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมาจากโควิด-19 ผู้ประกอบการยังคงได้รับผลกระทบที่ส่งผลให้รายได้และการเจริญเติบโตของธุรกิจต้องชะงักงันซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ปัจจุบันกระแสที่ผู้คนในสังคมให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและเน้นรับประทานอาหารสดที่ดีต่อสุขภาพ ลดการรับประทานอาหารแปรรูป ในด้านของพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในช่วงการเกิดโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2564) ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เรียกว่าเป็นวิถีชีวิตในความปกติใหม่ในสังคม (New Normal) การที่ผู้คนในสังคมมีการใช้ชีวิตในความปกติใหม่ มีผลกระทบต่อการทำงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ปรากฏให้เห็นได้ชัดเจน เช่น ผู้ประกอบการต้องตระหนักและเรียนรู้กับการใช้เทคโนโลยี มีวิธีการค้าขายให้สอดคล้องตามยุคดิจิทัลที่ทำให้การซื้อขายและการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่บนสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทำให้เกิดเศรษฐกิจเชิงแบ่งปัน (Sharing Economy) ธุรกิจต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของทรัพยากรเอง สามารถใช้ร่วมกันได้ ซึ่งในยุคปัจจุบันเรียกได้ว่าไม่มีธุรกิจใดที่จะไม่ได้รับประโยชน์และผลกระทบจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง

ไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการปรับตัว ปรับวิธีการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาองค์กรและสร้างศักยภาพให้องค์กรตนเองมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 1 GDP ภาคการผลิต ปี 2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

ขนาดธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ (%)				
		รายได้ลดลง	ต้องลดรายจ่าย	ต้นทุนจม	ความเสี่ยงในการดำเนินงาน	ความรุนแรงของผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม
ขนาดย่อย	332	61.4	39.7	44.3	33.6	57.0
ขนาดย่อม	249	61.5	46.2	48.6	40.6	59.3
ขนาดกลาง	57	63.6	37.6	49.4	37.5	61.1
วิสาหกิจชุมชน	22	58.9	45.7	53.0	30.9	53.6
รวม	660	61.6	42.2	46.6	36.5	58.1

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2564)

ในส่วนของผลกระทบของการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปพบว่า ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมกราคม 2563 เป็นต้นมา การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปและปลาแช่เย็นแช่แข็งของไทยซึ่งเดิมที่มีตลาดหลักในประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเกิดการชะลอตัวเนื่องด้วยได้รับผลกระทบจากการขนส่งที่มีความยากลำบากมากขึ้น มีการปิดกั้นเที่ยวบิน (กรมประมง, 2565) ทั้งนี้ ในการจำหน่ายธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลของประเทศไทย เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปี 2562-2564 พบว่า มีแนวโน้มขยายตัวเพียงเล็กน้อยโดยมีการขยายตัว 1-2% ต่อปี เนื่องจากการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป (สัดส่วน 89% ของปริมาณการผลิต) เผชิญการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น กอปรกับประเทศคู่ค้าหลักมีแนวโน้มที่จะผลิตเองและนำเข้าสินค้าจากประเทศในภูมิภาคเดียวกัน (Intra-region Trade) มากขึ้น ส่วนตลาดในประเทศมีสัดส่วนเพียง 11% โดยส่วนใหญ่ตลาดภายในประเทศมีการเติบโตมาจากผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชนเมือง และได้รับผลมาจากการเติบโตของร้านอาหารในกลุ่มฟาสต์ฟู้ด (วิจัยกรุงศรี, 2565) โดยธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลในประเทศโดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจอยู่ในขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ กล่าวคือ ต้องพบเจอกับปัญหาทางด้านเทคโนโลยีที่นำมาเป็นตัวช่วยในการผลิต ปัญหาด้านนวัตกรรม และปัญหาด้านการตลาดทั้งในส่วนของการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ทางการตลาด การสร้างตลาดใหม่ อีกทั้งในส่วนของการควบคุมคุณภาพ ด้านบุคลากร และด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายยิ่งขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตแปรรูปอาหารทะเลจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงตนเอง มีการปรับตัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรทั้งในด้านกลยุทธ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมในการแข่งขันทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติได้

การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันเปรียบเสมือนอาวุธสำคัญที่จะนำทางให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จและมีชัยชนะเหนือคู่แข่งได้ ทั้งนี้ Porter (1990) ได้กล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถช่วยก่อให้เกิดการลดต้นทุนแก่องค์กร สำหรับองค์กรที่ใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาหรือช่วยสร้างความแตกต่างต้องศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้ง ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเหล่านี้เพื่อศึกษาถึงการได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละองค์กร ทั้งนี้การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรต้องวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ 1) ด้านการแข่งขัน 2) ด้านการผลิต 3) ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน 4) ด้านโอกาสทางการตลาด 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Huang และคณะ (2015) พบว่า ปัจจัยการผลิต เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ทั้งสิ้น อีกทั้งยังพบว่า องค์กรธุรกิจที่มีเทคโนโลยีเหนือกว่า คู่แข่งขันจะส่งผลให้องค์กรสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทวีความรุนแรงในการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี

จากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาในอดีตพบว่า การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปต่อได้และมีการเจริญเติบโตจนกระทั่งมีความยั่งยืนในธุรกิจได้นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความพร้อมให้แก่องค์กรในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาความพร้อมด้านประสิทธิภาพ คุณภาพของสินค้า รวมถึงความพร้อมด้านการให้บริการ ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป (Dobrovojevic, 2013) ซึ่งหากองค์กรสามารถดำเนินการดังกล่าวได้จะทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่งนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Lin & Higgins, 2015) โดยแนวคิดนี้สอดคล้องกับ Evangelista และ Sweeney (2006) ซึ่งได้กล่าวว่า การที่ธุรกิจจะสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นต้องปรับตัวทั้งในด้านของต้นทุนให้ลดต่ำลงโดยการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินงานมาใช้เป็นกระบวนการหนึ่งในการดำเนินงานซึ่งเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้ต้นทุนโดยรวมขององค์กรลดลงได้ นอกจากนี้องค์กรต้องมีผู้นำที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงมีการจัดการที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและเป็นผู้ที่มีบทบาทที่สำคัญในการรักษาไว้ซึ่งความสามารถทางการแข่งขัน (Wernerfelt, 1984) และจากการศึกษางานวิจัย วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ชนัญชิดา เจริญวัฒน์ (2558) ได้ทำการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สรุปได้ว่า ความสามารถในการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขัน

นอกเหนือจากนี้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานในองค์กรก็เป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางด้านการแข่งขันให้กับองค์กรได้ โดยบุคลากรขององค์กรต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน (ประไพทิพย์ ลือพงษ์, 2555) อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากสิ่งที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้วสิ่งที่สามารถสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นนั่นคือ การที่องค์กรต้องมีพันธมิตรและมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของคู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น (Najib, Dewi, & Widyastuti, 2014)

จากข้อมูลที่ได้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น สามารถนำมาสร้างข้อสรุปได้ว่า ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

การเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการนำการชักจูง การกำหนดกลยุทธ์ ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ในด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยี และปัจจัยด้านความร่วมมือจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยมุ่งเน้น การพัฒนากรอบแนวคิด เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปมี ความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับสถานการณ์ในความปกติใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปได้ อย่างยั่งยืน และเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการโดยผู้วิจัยได้นำมาตัวแปรต่าง ๆ ที่คาดว่าจะ มีความเกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้สามารถนำไปทดสอบเชิงประจักษ์ในกลุ่มผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาให้ผู้ประกอบการ มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐาน

การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและมีการศึกษาทฤษฎีพื้นฐานที่สามารถนำไปสู่การพัฒนา กรอบแนวคิดในการวิจัยที่สามารถใช้ในการอธิบายความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View : RBV) ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนศึกษาและสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบายในการศึกษาค้นคว้า

3.1 ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View : RBV)

Barney (1991) ได้อธิบายว่า ทรัพยากร หมายถึง สิทธิทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการทำงานขององค์กร เอกลักษณ์หรือคุณสมบัติของธุรกิจ ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ ซึ่งทรัพยากรที่กล่าวถึงเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถใช้เป็นประโยชน์ ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับองค์กร โดยทั้งสิทธิทรัพย์ และความสามารถขององค์กร ลักษณะสำคัญ 4 ประการดังนี้ คือ ต้องเป็นสิ่งที่มีความค่า (Value) หายาก (Rare) ยากที่จะลอกเลียนแบบได้ (Difficult to Imitate) และยากที่จะนำมาทดแทน (Difficult to Substitute) เพื่อไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ทั้งนี้ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร เป็นทฤษฎีกล่าวถึงการที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งตระหนักและมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับทรัพยากรขององค์กร มีการนำสิ่งที่มีมา ใช้ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันโดยองค์กรต้องพิจารณาถึงทรัพยากร ความสามารถที่องค์กรมีและนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ภายใต้แนวคิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อลดต้นทุนและสร้างข้อได้เปรียบใน ทางธุรกิจ โดยหากองค์กรใดมีศักยภาพในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรนั้นย่อมมี ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งรายอื่น ด้วยคุณลักษณะของความสามารถของ ทรัพยากร คือ การเกิดมูลค่าเพิ่ม (Valued) การเป็นทรัพยากรที่หาได้ยาก (Rarity) การมีทรัพยากรที่ลอกเลียนแบบยาก (Imitability) และการมีทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable)

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นพื้นฐานเพื่อใช้อธิบาย กล่าวคือ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป จะเกิดขึ้นได้ ต่อเมื่อมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดประโยชน์มีมูลค่าและคุณค่า ซึ่งจำเป็น จะต้องมีการจัดการรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์

ความปกติใหม่ ทั้งในส่วนจากรูปแบบการนำของผู้นำ ความสามารถในการปรับตัวในด้านการตลาด การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจให้เกิดขึ้น จึงจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และก่อให้เกิดศักยภาพที่เป็นไปตามทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากร กล่าวคือ มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และเกิดคู่แข่งทดแทนได้ยาก

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ ดังนี้

3.2 ความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าโดยใช้ศักยภาพขององค์กรที่เหนือกว่า คู่แข่ง แนวคิดของการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันในองค์กรเริ่มปรากฏและได้รับความสนใจจากนักวิชาการตั้งตั้งแต่ปี 1980 ต่อมา Koufteros และคณะ (2002) ได้กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรในการนำเสนอคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้สามารถสร้างมูลค่าให้แก่องค์กรได้ ทั้งนี้ Boyer และ Lewis (2002) ได้ศึกษาประเด็นความสามารถทางการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs พบว่า มีหลายปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการผลักดันให้ SMEs มีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยรูปแบบของการแข่งขันในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ารูปแบบการค้าในยุคของโลกาภิวัตน์การค้าขายมีการเปิดเสรีมากขึ้น และมีการพัฒนารูปแบบการค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การค้าขายไร้ขีดพรมแดนที่จำกัดจึงทำให้ลูกค้ามีจำนวนมากอยู่ทั่วโลก มิใช่มีเพียงปริมาณของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นเท่านั้นปริมาณของผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่าย ก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงเกิดการแข่งกันเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ Porter (1990) ได้นิยามความหมายของความสามารถในการแข่งขันว่า เป็นการดำเนินการทางธุรกิจอย่างมีกลยุทธ์อาจด้วยการสร้างมูลค่าภาพลักษณ์ของบริษัท องค์กร ซึ่งกลยุทธ์นี้ไม่สามารถที่จะทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบได้ง่าย Piatkowskia (2012) ได้อธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากผลผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งในแง่ของต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีความสามารถในการเสนอสินค้าด้วยคุณค่าที่เหนือกว่าและราคาสูงกว่า เมื่อแน่ใจในคุณภาพและการเต็มใจจ่ายของลูกค้า และจากงานวิจัยของ Leonidou และคณะ (2013) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในรูปของงานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมค้นพบว่าองค์ประกอบทางด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นประกอบด้วย การมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นการเจาะจงตลาดสอดคล้องกับแนวคิดของ Hernández-Perlines, Moreno-García, และ Yáñez-Araque (2017) ซึ่งได้อธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันของกิจการ หมายถึงความสามารถในการออกแบบ การผลิตและมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ในตำแหน่งทางการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งหลักในอุตสาหกรรม รวมทั้ง มีต้นทุนที่ต่ำซึ่งจะสามารถทำกำไรได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมนั้น ๆ กิจการใดที่ปราศจากความสามารถในการแข่งขัน ย่อมมีโอกาสมีความ ได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991) ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายต่อสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็น การกำหนดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ซึ่งแตกต่างจากเดิม มีการบริหารและกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ในอดีตการวัดความสามารถในการแข่งขันมักใช้การวัดผลทางการเงินที่ครอบคลุมเพียงสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Assets) ต่อมา การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมีการเปลี่ยนผ่านวิธีการสร้างสรรค์คุณค่าเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดการสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนสู่กลยุทธ์บนฐานความรู้ เช่น มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิต คิดค้นนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสามารถในการตอบสนองที่รวดเร็ว ทักษะความรู้ ข้อมูลสารสนเทศในการสนับสนุนการดำเนินงาน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สำหรับการวัดผลความสามารถในการแข่งขันของหลายองค์กร ได้มีการใช้มาตรวัดด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมใน บริบทที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีการใช้มาตรวัดที่มีความเหมาะสมต่อการวัดความสามารถในการแข่งขัน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ยึดมาตรวัดความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ Buckley, Pass, และ Prescott (1998) ซึ่งได้นำเสนอการวัด ความสามารถในการแข่งขัน 3 มิติ ประกอบด้วย ด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการส่งมอบ

3.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนขั้นตอนและกระบวนการทำงาน เพื่อให้บรรลุประสิทธิผลและประสบความสำเร็จในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร ผู้บริหารต้องเป็นผู้ซึ่งมีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการ การประสานงานกับคนในองค์กร ทั้งนี้ผู้นำมีหน้าที่ในการกระตุ้น ปลุกฝังตลอดจนต้องสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับผู้ร่วมงาน ดังนั้นผู้นำจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในด้านการบริหาร ตลอดจนมีวิธีการสื่อสาร มีกลยุทธ์ในการจูงใจผู้ร่วมงานให้ทำงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดสูง ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ James (2010) ได้กล่าวว่า ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ และเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้นำ โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารการควบคุมธุรกิจต่าง ๆ เพียงเล็กน้อยสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์กร คุณสมบัติของการเป็นผู้นำที่ดีเกิดจากการเรียนรู้ และการรู้จักพัฒนาตนเองซึ่งสามารถทำให้ผู้นำเป็นผู้นำที่เก่งและดีในองค์กรได้ ดังนั้น วิธีที่จะทำให้ผู้บริหารประสบความสำเร็จสูงสุด คือ ผู้บริหารต้องเปลี่ยนแปลงตนเองให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ Bass (1985 อ้างถึงใน Schultz & Schultz, 1998) อธิบายว่า ผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ซึ่งมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตั้งใจทำงานเพื่อมุ่งหวังเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน การผลิต หรือกระบวนการต่าง ๆ และพร้อมที่จะปรับปรุงงานตามข้อเสนอแนะของผู้ร่วมงานหากคิดว่สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดี ในขณะที่ Paul (1997) ได้กล่าวว่า ผู้นำที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและของสมาชิกในองค์กร และสร้างความผูกพันในองค์กรได้

อย่างไรก็ตามในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านต่าง ๆ ดังนั้น ภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงจึงจำเป็นต้องมีเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในองค์กร เช่น เปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงานซึ่งทักษะความเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงจะนำพาความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรได้ สอดคล้องกับ แพรลภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมจะต้องมีลักษณะของผู้นำที่สร้างกลไกทางกลยุทธ์ สร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันจากภายในเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากสภาวะภายนอกให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้วยทาง

นวัตกรรมที่รุนแรงและยากที่จะแข่งขันกันด้วยรูปแบบของกลยุทธ์เดิม ประการที่สอง คือ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในเชิงทฤษฎีเป็นหลักในการพัฒนาความคิด ด้านกลยุทธ์และศักยภาพขององค์กรซึ่งจะสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ทว่าการศึกษาของ นวิทย์ เอมเอก (2557) พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการค้าขายแดนไทย-มาเลเซีย อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยประสงค์จะทำการทดสอบเพื่อยืนยันอีกครั้งว่าองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำเปลี่ยนแปลงจะมีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปจะเป็นไปในทิศทางใดจึงได้นำองค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาเป็นตัวแปรเพื่อใช้ในการทดสอบอีกครั้ง ทั้งนี้ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรชี้วัดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการดังนี้ Bennis และ Nanus (1985), Luthans (1998), Avolio และคณะ (1999), McShane และ Von Glinow (2000), Robbins และ Coulter (2005), Waldman, Siegel, และ Javidan (2006) และ สุภาวดี สุทธิรักษ์ และ สมนึก เลิศแก้ว (2563) โดยพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดที่ได้มี นักวิชาการกล่าวถึงมากที่สุดมาใช้เป็นตัวแปรชี้วัดเพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อหามิติครอบคลุมในการศึกษานี้จึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4 มิติ คือ การกระตุ้นผู้ตามทางปัญญา การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตาม การมีอิทธิพลทางอุดมคติของพนักงาน และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3.3 ความสามารถในการปรับตัว

แนวคิดการปรับตัวของผู้ประกอบการซึ่งแมคเคย์ (McKee et al., 1989) ได้กล่าวว่า การปรับตัวมีความเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขัน และการวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มีผู้ประกอบการใดที่สามารถอยู่รอดได้ตลอดโดยไม่มีการปรับตัว ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งระดับของการปรับตัวขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งนี้ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจนั้น มีการติดตามแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและสามารถปรับเปลี่ยนธุรกิจให้มีความพร้อมและสร้างโอกาสเพื่อให้ธุรกิจได้ประโยชน์จากการแข่งขัน (Chakravarthy, 1982) สำหรับการปรับตัวธุรกิจสามารถปรับตัวได้หลากหลายด้าน เช่น ปรับตัวด้านกระบวนการผลิตสินค้า การให้บริการ การตลาด ปรับตัวด้านการบริหารบุคลากร การเงิน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ற்பความสามารถในการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตแปรรูปอาหารทะเลในสถานการณ์ปกติใหม่ สามารถปรับตัวได้ในส่วนของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการการตลาด และกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ความปกติใหม่เพื่อให้ธุรกิจสามารถมีความสามารถในการแข่งขันและมีการเจริญเติบโตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Rindova และ Kotha (2001) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยว่า สิ่งที่ทำให้ธุรกิจสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว คือ การปรับตัวด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการปรับตัวในการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจสามารถก่อให้เกิดผล ทั้งนี้สามารถแบ่งความสามารถในการปรับตัวได้เป็น 3 ลักษณะ กล่าวคือ 1) ความสามารถในการปรับตัวด้านเทคโนโลยีของแต่ละธุรกิจ โดยการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด 2) ความสามารถในการปรับตัวด้านตลาด

ที่จะส่งผลต่อนวัตกรรมของสินค้าและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ และ 3) ความสามารถในการปรับตัวด้านการกระบวนการดำเนินงานกิจกรรมของธุรกิจหรือองค์กรนั้น ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบความสามารถในการปรับตัว 3 มิติ คือ ความสามารถในการปรับตัวด้านเทคโนโลยี ความสามารถในการปรับตัวด้านตลาด และ ความสามารถในการปรับตัวด้านการดำเนินการดำเนินงาน จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3.4 เครือข่ายความร่วมมือ

การสร้างความร่วมมือหรือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็นการเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเรียนรู้ และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีซึ่งกันและกันซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรให้เข้มแข็งขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ การพัฒนาที่ก่อให้เกิดความร่วมมือ หรือ ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นหนึ่งในการบริหารโซ่อุปทาน หรือที่เรียกว่า Supply Chain Management ด้วยปัจจัยความสำเร็จของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน คือ การบริหารจัดการความร่วมมือและความสัมพันธ์กับคู่ค้า ซึ่งองค์การอาจนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาบริหารจัดการจนเกิด Just in Time ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการลดต้นทุน นอกจากนี้ ความร่วมมือกับคู่ค้ามีผลต่อการส่งมอบสินค้าก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ส่งผลต่อการสนองตอบที่ดีของลูกค้าในส่วนของนิยามความหมายของความร่วมมือ ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายความร่วมมือโดย Faerm, Looy, และ Debackere (2005) อธิบายว่า ความร่วมมือเป็นการทำงานร่วมกันโดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล สินทรัพย์กับพันธมิตรภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ Hunt (2002) ได้กล่าวว่า ความร่วมมือเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ของคู่ค้า การจัดการกระบวนการทำงานร่วมกับลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ทั้งนี้จากงานวิจัยของ ทำนอง ชิดชอบ และณลิน เพียรทอง (2561) กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจ นอกจากนี้ Cooper (2017; ฐาวัฐ ขวัญนาค, 2563) ได้กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กรเนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ BarNir และ Smith (2002) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้การรวมกลุ่มเครือข่ายเป็นพันธมิตรจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่มีทรัพยากรจำกัดและมีขอบเขตของตลาดที่ไม่กว้างมากนัก การมีเครือข่ายจะทำให้วิสาหกิจสามารถเอื้อเฟื้อและใช้ฐานทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกันได้ (Hanna & Walsh, 2002) นอกจากนี้ Zeng และคณะ (2010) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลภายนอกเพื่อช่วยขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ธุรกิจให้เติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น สอดคล้องกับ Najib และ Widyastuti (2014) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายความร่วมมือ นวัตกรรมและความยั่งยืน ความสามารถในการแข่งขันสำหรับสถานประกอบการแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมในอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือมีความสำคัญและมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมาพบว่า องค์ประกอบด้านความร่วมมือส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และมาตรวัดที่นิยมใช้ในการวัดความร่วมมือประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ 1) ความร่วมมือขององค์กร ซึ่งเป็นความร่วมมือร่วมใจของคนในองค์กรที่จะผลักดันจนกระทั่งก่อให้เกิดการส่งมอบคุณค่าสินค้าและบริการที่ดีให้ลูกค้า (Michael & Mekoth, 2012; Fang, 2008) 2) ความร่วมมือของคู่ค้า เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำปลายน้ำ ได้แก่ ซัพพลายเออร์ ผู้จัดหารวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ จนถึงปลายน้ำ คือ ผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้องค์กร และ 3) ความร่วมมือของลูกค้า เป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรกับลูกค้า ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบระบบและการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า (Verma & Jayasimha 2014; Lusch et al., 2007; Gruner & Homburg, 2000)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบความร่วมมือ 3 มิติ ดังกล่าว ได้แก่ ความร่วมมือขององค์กร ความร่วมมือของคู่ค้า และความร่วมมือของลูกค้า จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความร่วมมือมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

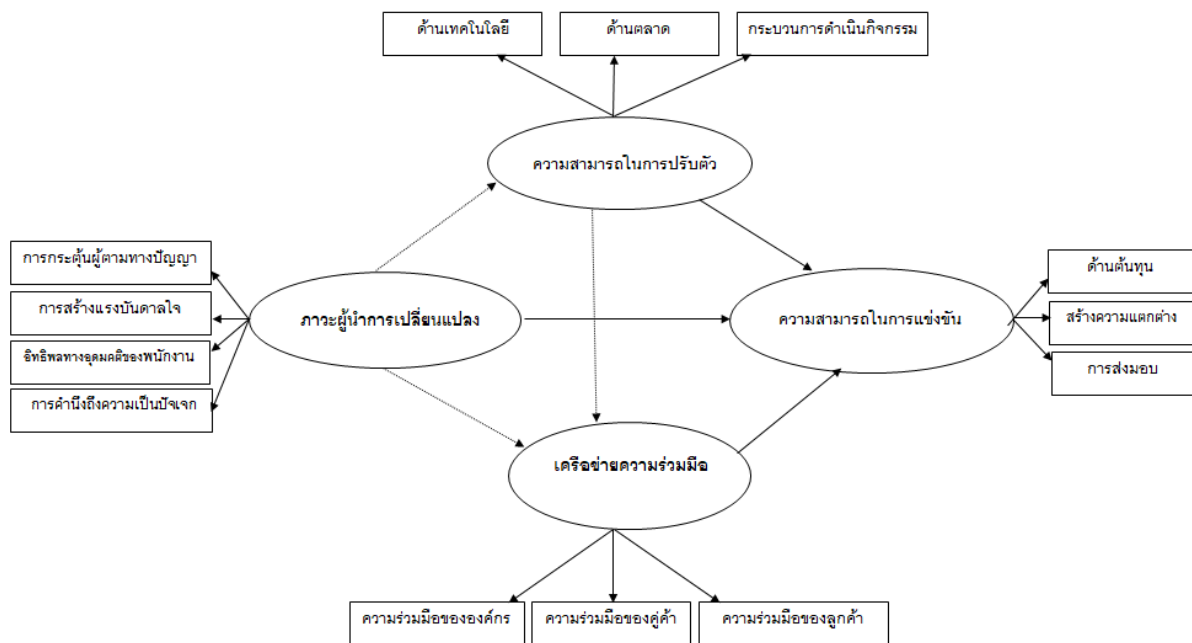
การศึกษาในครั้งนี้เป็นการพัฒนาตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการทบทวนวรรณกรรมด้วยการวิจัยจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) เพื่อสร้างตัวแปรในการวิจัยและเพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการปรับตัว ความร่วมมือ โดยมีรายละเอียดในการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลกับความสามารถในการแข่งขัน รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน

ตัวแปร	นักวิชาการ	ผลที่ค้นพบ
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	James (2010)	ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร
	นิติทย์ เอมเอก (2557)	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
	แพรวภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563)	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในเชิงทฤษฎีเป็นหลักในการพัฒนาความคิด ด้านกลยุทธ์และศักยภาพขององค์กรซึ่งจะสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม
ความสามารถในการปรับตัว	Rindova และ Kotha (2001), Tuominen และคณะ (2004)	ความสามารถในการปรับตัวมีผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
	Chakravarthy (1982)	การปรับตัวส่งผลต่อความพร้อมของธุรกิจและสร้างโอกาสเพื่อให้ธุรกิจได้ประโยชน์จากการแข่งขัน
เครือข่ายความร่วมมือ	ทำนอง ขิดชอบ และ นลิน เพียรทอง (2561)	การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กรเนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน
	Najib และ Widyastuti (2014)	
	Cooper (2017), ชฎารัฐ ขวัญนาค (2563)	

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอกสารเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับ James (2010) ได้กล่าวว่า ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จและเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้นำ นอกจากนี้สอดคล้องกับ Tuominen และคณะ (2004) และ Rindova และ Kotha (2001) ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า สิ่งที่ทำให้ธุรกิจสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว คือ การปรับตัวด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการปรับตัวในการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจสามารถก่อให้เกิดผล อีกทั้งจากงานวิจัยของทำนอง ชิดชอบ และนลิน เพียรทอง (2561) พบว่า การจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจ นอกจากนี้ Cooper (2017) และ ชฎารัฐ ขวัญนาถ (2563) ได้กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กรเนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นกัน นอกจากนี้ สุรเดช นิลอุบล และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปใน

ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นถึงกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถสรุปกรอบแนวคิดได้ว่า องค์กรประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว และปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ กรอบแนวคิดดังกล่าวสามารถนำไปพัฒนาเพื่อการศึกษาเชิงประจักษ์โดยการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร อันจะทำให้เกิดข้อมูลเชิงประจักษ์นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในอนาคตต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมซึ่งเป็นตัวตั้งต้นในการขึ้นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งเมื่อมีการศึกษาต่อโดยการนำไปทดสอบหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันและหากพบว่า ปัจจัยใดมีค่าอิทธิพลสูงสูดนักวิจัยสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นถ่ายทอดแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาในประเด็นที่ค้นพบหรืออาจเกิดความร่วมมือระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จัดให้มีโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้องค์ความรู้และสร้างทักษะเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการต่อไปในอนาคตได้

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันซึ่งสามารถใช้การวิจัยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Research) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล ทั้งนี้การศึกษานี้มีหน่วยการวิเคราะห์ในระดับองค์กร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ในกิจการที่อยู่ในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลแปรรูป

ในด้านการเก็บข้อมูลสามารถใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมประมง. (2565). *กรมประมงชี้พิษโควิด-19 ป่วนกระทบธุรกิจประมงไทย*. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2565, จาก <https://m.facebook.com/227334884050780/photos/%E0%B8%81>.
- ทวารัฐ ชวัญนา. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กับความสำเร็จของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(4), 121-133.
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2564). *เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2565, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html>.
- วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และ ชนัญชิดา เจริญวัฒน์. (2558). ลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(2), 1102-1113.
- ทำนอง ชิดชอบ และ นลิน เพียรทอง. (2561). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแรงผลักดัน การจัดการใช้อุปทานสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย : การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(2), 127-140.
- นิวิทย์ เอมเอก. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะเชิงพฤติกรรมเพื่อความสามารถในการแข่งขัน และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 1(1), 245-257.
- ประไพทิพย์ ลือพงษ์. (2556). การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มี สมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 103-109.
- แพรวภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความสำเร็จในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21. *วารสารการจัดการปริทัศน์*, 22(1), 241-257.
- วิชัยกรุงศรี. (2565). *แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2562-2564: อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Processed-Seafood/IO/io-froccessed-seafood-20-th>.
- สุภาวดี สุทธิรักษ์ และ สมนึก เลิศแก้ว. (2563). แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(8), 432-447.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *บทสรุปผู้บริหารรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210922171225.pdf
- Avolio, B. J., Bass, B. M., & Jung, D. I. (1999). Reexamining the components of transformational and transactional leadership using the multifactor leadership. *Journal of occupational and Organizational Psychology*, 72(4), 441-462.

- BarNir, A., & Smith, K. A. (2002). Interfirm Alliances in the Small Business : The Role of Social Network. *Journal of Small Business Management*, 40(3), 219–232.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bennis, W., & Nanus, B. (1985). Leadership: The strategies for taking charge. New York : Harper Paperbacks
- Boyer, K., & Lewis, M. (2002). Competitive Priorities: Investigating the Need for Trade-Offs in Operations Strategy. *Journal of Production and Operations Management*, 11(1), 9-20.
- Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1998). Foreign market servicing strategies and competitiveness. *Journal of General Management*, 17(2), 34–46.
- Chakravarthy, B. S. (1982). Adaptation: A Promising Metaphor for Strategic Management. *The Academy of Management Review*, 7(1), 35-44.
- Cooper, R. (2017). Supply chain development for the lean enterprise : interorganizational cost management. London : Routledge.
- Dobrivojevic, G. (2013). Analysis of the competitive environment of tourist destinations aiming at attracting FDI by applying Porter's Five Forces Model. *British Journal of Economics, Management and Trade*, 3(4), 359-371.
- Evangelista, P., & Sweeney, E. (2006). Technology usage in the supply chain: The case of small 3PLs. *International Journal of Logistics Management*, 17(1), 55-74.
- Faems, D., Looy, B. V., & Debackere, K. (2005). Interorganization collaboration and innovation: toward a portfolio approach. *Journal of Product Innovation Management*, 22(3), 238-250.
- Fang, E. (2008). Customer participation and the trade-off between new product innovativeness and speed to market. *Journal of Marketing*, 72(4), 90-104.
- Gruner, K. E., & Homburg, C. (2000). Does customer interaction enhance new product success. *Journal of Business Research*, 49(1), 1-14.
- Hanna, V., & Walsh, K. (2002). Small Firm Networks : A Successful Approach to Innovation. *R & D Management*, 32(2), 201–207.
- Huang, K., Dyerson, R., Wu, L., & Harindranath, G. (2015). From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive Advantage. *British Journal Management*, 25(4), 617-636.
- Hunt, S. D. (2002). Marketing and a general theory of competition. *Journal of Marketing Management*, 18(1), 239-247.
- James, M. B. (2010). *Leadership*. New York: Harper Perennial Modern Classics (1st ed.). Boston : Pearson Education.

- Koufteros, X., Vonderembse M, A., & Doll, J. (2002). Examining the Competitive Capabilities of Manufacturing Firms. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 9(2), 256-282.
- Lin, H., Su, J., & Higgins, A. (2015). How dynamic capabilities affect adoption of management innovation. Retrieved on November 21, 2021, from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/>
- Luthans, F. (1998). *Organizational Behaviour*. (8th ed.). New York : Irwin-McGraw-Hill.
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & O'Brien, M. (2007). Competing through service: insights from service-dominant logic. *Journal of Retailing*, 83(1), 5-18.
- McKee, D. O., Varadarajan, P. R., & Pride, W. M. (1989). Strategic adaptability and firm performance: A market-contingent perspective. *Journal of Marketing*, 53(3), 21- 3.
- McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2000). *Organizational Behavior*. New York : America.
- Michael, S., & Mekoth, N. K. (2012). A typology for frontline employee adaptability to gain insights in service customization: a viewpoint. *International Journal of Services and Operations Management*, 12(4), 490-508.
- Najib, M., Dewi, F. R., & Widyastuti, H. (2014). Collaborative Networks as a Source of Innovation and Sustainable Competitiveness for Small and Medium Food Processing Enterprises in Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 9(9), 146-160.
- Paul, M. M. (1997). *Psychology Applied to Work An Introduction to Industrial and Organization Psychology*. (5th ed.) California : Brooks/Cole.
- Piatkowski, M. (2012). Factors Strengthening the Competitive Position of SME Sector Enterprises. An Example for Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(1), 269 – 278.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London : Macmillan.
- Porter, M. E. (1998). Cluster and the New Economics of Competition. Retrieved on November 10, 2021, from <http://www.wellbeingcluster.at/>.
- Rindova, V. P., & Kotha, S. (2001). Continuous Morphing : Competing through Dynamic Capabilities, Form, and Function. *Academy of Management Journal*, 44(1), 1263-1280.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Management*. (8th ed.). Upper Saddle River : Prentice Hall.
- Schultz, D. P., & Schyltz, S. E. (1998). *Psychology and Work Today: An Introduction Industrial and Organizational Psychology*. (7th ed.). New Jersey : Prentice- Hall, Inc.
- Verma, R., & Jayasimha, K. R. (2014). Service delivery innovation architecture : An empirical study of antecedents and outcomes. *IIMB Management Review*, 26, 105-121.
- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43(8), 1703-1725

- Wernerfelt, B. (1984). Consumers with differing reaction speeds, scale advantages and industry structure. *Journal of European Economic Review*, 24(2), 257-270.
- Yáñez-Araque, B., Hernández-Perlines, F., & Moreno-Garcia, J. (2017). From training to organizational behavior: A mediation model through absorptive and innovative capacities. *Frontiers in Psychology*, 8(1), 1532-1545.
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between Cooperation Network and Innovation Performance of SMEs. *Technovation*, 30(1), 181–194.