

ผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างสรรค์องค์ความรู้ ความได้เปรียบ
ทางการแข่งขัน ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร :
หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)

Impact of Organizational Innovation Focus, Knowledge Creation, Competitive Advantage on
Operational Efficiency and Organizational Success: Evidence from Small and Medium Enterprises
(SMEs)

จินดารัตน์ ปีมณี^{1,*} และ นวลละออง อรรถรังสรรค์²

Jindarat Peemanee^{1,*} and Nuanlaong Attharangsun²

Received : September 30, 2024 Revised : December 18, 2024 Accepted : January 2, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ธุรกิจ SMEs ถือเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจไทย แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การแข่งขันระดับโลก การปรับตัวต่อเทคโนโลยี และข้อจำกัดด้านทรัพยากร การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจ SMEs จำนวน 181 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรช่วยส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ ซึ่งมีผลกระทบทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างการสร้างองค์ความรู้กับความสำเร็จขององค์กร ในขณะที่ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในระยะยาว งานวิจัยนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการผสมผสานการบริหารจัดการนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อสร้างความยืดหยุ่นและความยั่งยืนให้กับธุรกิจ SMEs ข้อเสนอเชิงปฏิบัติแนะนำให้ผู้ประกอบการพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นนวัตกรรมและการจัดการองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและเสริมสร้างความสำเร็จในเชิงปฏิบัติ งานวิจัยนี้ยังมีประโยชน์ต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการ โดยแสดงให้เห็นถึงแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ SMEs ในบริบทของเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ : นวัตกรรมองค์กร การสร้างสรรค์องค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ความสำเร็จขององค์กร

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

² อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

* Corresponding author: jindarat.p@acc.msu.ac.th

Abstract

This study aims to analyze the impact of organizational innovation focus, knowledge creation, and competitive advantage on operational efficiency and organizational success among small and medium enterprises (SMEs) in Thailand. SMEs represent a critical component of the Thai economy but face numerous challenges, including global competition, technological adaptation, and resource constraints. A quantitative research methodology was employed, collecting data from 181 SME executives using a structured questionnaire as the research instrument. Data were analyzed through Structural Equation Modeling (SEM). The findings reveal that organizational innovation focus significantly promotes knowledge creation, which positively influences competitive advantage and operational efficiency. Competitive advantage plays a vital mediating role between knowledge creation and organizational success, while operational efficiency directly contributes to long-term success. This research shows the importance of integrating innovation management and knowledge creation to enhance resilience and sustainability within SMEs. Practical recommendations suggest that entrepreneurs develop strategies emphasizing innovation and knowledge management to enhance competitive capacity and achieve operational success. This study also contributes to academic knowledge by demonstrating effective management approaches tailored to SMEs in rapidly changing economic environments.

Keywords: Organizational Innovation, Knowledge Creation, Competitive Advantage, Operational Efficiency, Organizational Success

1. บทนำ

ในประเทศไทยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ โดยคิดเป็นมากกว่า ร้อยละ 99 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมดในประเทศ ธุรกิจ SMEs มีการจ้างงานรวมกว่า 12 ล้านคน หรือประมาณ ร้อยละ 70 ของการจ้างงานทั้งหมด และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในรูปของ GDP ถึง 35% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ เช่น ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก การปรับตัวต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการจัดการทรัพยากรที่มีข้อจำกัด ในช่วงหลังการระบาดของ COVID-19 ธุรกิจ SMEs จำนวนมากประสบปัญหาด้านกระแสเงินสด การปรับตัวเข้ากับตลาดดิจิทัล และความผันผวนของราคาวัตถุดิบ นอกจากนี้ ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังแสดงให้เห็นว่าในปี 2565 ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยมีรายได้รวมประมาณ 16.8 ล้านล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและการขาดแคลนแรงงานในบางอุตสาหกรรม สถานการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถในการปรับตัว และการนำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อให้ SMEs สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและเติบโตในระยะยาว

จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนั้นได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและนวัตกรรมในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย ธุรกิจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างงานและการสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของไทยเพิ่มขึ้น (ประกาศิต บุญรัตน์ และคณะ, 2566) อย่างไรก็ตาม SMEs ไทยต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ ซึ่งรวมถึงการขาดแคลนทรัพยากรทั้งทางการเงินและบุคลากร ความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงในตลาดโลก และความจำเป็นในการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล รวมถึงต้องเผชิญกับแรงกดดันที่เพิ่มมากขึ้นจากการแข่งขันระดับ

โลกมีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการปรับตัวธุรกิจเข้าสู่ตลาดดิจิทัล (ดลใจ พิพัฒน์พงษ์ และคณะ, 2567; ประวิทย์พัฒน์ แย้มขุติเกิดมณี และวิจิต อุ๋น, 2564) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้ผลักดันให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (พัทธิธรีรา สมทรง, 2567; Lien, Kuo, & Ng, 2014) ในบริบทนี้ธุรกิจ SMEs ต้องดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้และการสร้างองค์ความรู้เพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาว (ชูพงษ์ พันธุ์แดง, 2564; Chang & Lin, 2015) ซึ่งนวัตกรรมองค์กรเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถทางด้านบริหารจัดการของผู้ประกอบการเพื่อสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางการเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมหรือการนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ (Dias, A. et al, 2020)

นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กร (Rakhman, 2024; Pallas et al., 2013) นวัตกรรมในกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การจัดการยังช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ (Sayudin et al., 2023) ธุรกิจที่สามารถสร้างนวัตกรรมในด้านต่างๆ เช่น กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือกลยุทธ์การบริหารจัดการจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดและเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sánchez et al., 2011; Turgunov & Karimov, 2023) นอกจากนี้ การจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและการปรับปรุงการดำเนินงาน การสร้างความรู้ใหม่และการใช้ความรู้นั้นในการดำเนินธุรกิจสามารถช่วยให้ SMEs สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดและเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว (Chang & Lin, 2015) โดยสร้างให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมจำนวนมากที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอีกทั้งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระดับโลกเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่และทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาและอยู่รอดได้ (Del Vecchio et al., 2018)

อีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของ SMEs คือความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป็นความสามารถขององค์กรในการนำเสนอกลยุทธ์และทรัพยากรที่สามารถทำให้ตนเองโดดเด่นเหนือคู่แข่ง (Auernhammer & Hall, 2014) ความสามารถในการแข่งขันนี้อาจเกิดจากการพัฒนาทรัพยากรภายในที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เช่น นวัตกรรมหรือการจัดการองค์ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ (Anning-Dorson, 2018; Fabrizio et al., 2021) สามารถรวบรวมความรู้ที่หลากหลาย ทักษะทางเทคโนโลยีและประสบการณ์ต่างๆ ในการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ในสินค้าและบริการ (Techakana, 2020) ซึ่งการสร้างความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น การสร้างความแตกต่างหรือการสร้างสินค้าให้มีความแตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่นๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรือแม้กระทั่งความได้เปรียบทางด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเป็นต้น (Sukglun et al., 2018) การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Azeem et al., 2021; Soto-Acosta et al., 2015) ดังนั้นการจะสร้างความสามารถให้้องค์กรได้เปรียบคู่แข่งจนประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันที่เหมาะสมแก่้องค์กรเพื่อให้ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งนั้น และองค์กรจะดำเนินต่อไปได้ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลความสามารถในการเรียนรู้อีกด้วยองค์กรจึงจะประสบความสำเร็จได้ (Orugun et al., 2017)

การสร้างความรู้มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Mehralian et al., 2018) การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ โดยอาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และปรับตัวให้เข้ากับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป (Brix, 2017) กระบวนการสร้างความรู้เกี่ยวข้องกับการสร้างข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ ที่ไม่เพียงแต่มีคุณค่าต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอีกด้วย (Ge & Liu, 2021) ตามที่ Grant (1996) ได้กล่าวว่าการสร้างและการใช้ความรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถขององค์กรที่ขับเคลื่อนประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่มี

การแข่งขันสูง ในประเทศไทย ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจ การสร้างความรู้ที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยให้บริษัทเหล่านี้รับมือกับความท้าทายที่เกิดจากความผันผวนทางเศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาดได้ (Lieshout et al., 2021) นอกจากนี้ การสร้างองค์ความรู้ใน SMEs ยังเป็นความท้าทายอย่างมาก เนื่องจากหลายธุรกิจยังไม่มีระบบการจัดเก็บและถ่ายโอนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การศึกษาโดย Yu et al. (2017) ระบุว่า SMEs ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทย มักขาดการเชื่อมโยงความรู้ภายในกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ดังนั้น การบูรณาการความรู้ใหม่เข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจยังช่วยให้ SMEs เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และส่งผลให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

แม้ว่าจะมีการศึกษาจำนวนมากที่กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ และความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร แต่การวิจัยเกี่ยวกับ SMEs ในประเทศไทยยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้ในบริบทเฉพาะของเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยที่มุ่งเน้นถึงบทบาทของการสร้างองค์ความรู้ที่มีต่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลกระทบที่ตามมาสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานของ SMEs ในสภาพแวดล้อมที่ท้าทายทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาที่เพียงพอที่เชื่อมโยงการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรเข้ากับการสร้างองค์ความรู้ในลักษณะที่เป็นปัจจัยร่วมที่สำคัญในการสร้างความสำเร็จทางธุรกิจ นอกจากนี้ การศึกษาในระดับโลกมักจะเน้นที่องค์กรมหาชนหรือธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ขาดความเข้าใจในปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ SMEs ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา (Wang et al., 2024; Chang & Lin, 2015)

ดังนั้น การวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ และความสามารถในการแข่งขันต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จของ SMEs จะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ประเด็นการขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีที่ SMEs ในประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมองค์กรและการสร้างองค์ความรู้เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จในระยะยาว จึงเป็นหัวข้อที่มีความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจในประเทศไทย การวิจัยนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในกลไกที่สามารถช่วยเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพของ SMEs ในการเผชิญกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation Focus: OIN)

นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรหมายถึง กระบวนการการนำความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและลูกค้าได้อย่างทันสมัย (Chatzoglou & Chatzoudes, 2018) การมุ่งเน้นนวัตกรรมสามารถเป็นปัจจัยร่วมที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจ SMEs ที่ต้องพึ่งพาความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด (Evans et al., 2017) อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเท่านั้น แต่ยังสามารถช่วยให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ภายในองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน (Donate & Guadamillas, 2011; Chang & Lin, 2015) นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่มีนวัตกรรมเป็นแกนหลักในการพัฒนา จะมีความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่ท้าทายได้ดีกว่าองค์กรที่ไม่ได้เน้นนวัตกรรม (Tsai, 2001; Soto-Acosta et al., 2015)

2.2 การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Creation: NCR)

การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Creation) เป็นกระบวนการสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร กระบวนการสร้างองค์ความรู้เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ภายในองค์กร การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่ (Chen & Liu, 2024; Chang & Lin, 2015) ในบริบทของ SMEs การสร้างองค์ความรู้สามารถ

ช่วยให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Ge & Liu, 2021) นอกจากนี้ ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรสามารถนำไปปรับใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาองค์กรในระยะยาว (Brix, 2017; Mehralian et al., 2018) การสร้างองค์ความรู้จึงมีบทบาทที่สำคัญในระบบการจัดการภายในองค์กร โดยเฉพาะในธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Zhang et al., 2024) การสร้างองค์ความรู้ยังช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญระหว่างการมุ่งเน้นนวัตกรรมและการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Auernhammer & Hall, 2014)

2.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage: COM)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้อย่างโดดเด่นกว่าองค์กรอื่นๆ ในตลาด (Anning-Dorson, 2018) ความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถเกิดขึ้นจากการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ การลดต้นทุน หรือการพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (Fabrizio et al., 2021; Tsai, 2001) การสร้างองค์ความรู้ภายในองค์กรสามารถช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยทำให้ธุรกิจสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Grant, 1996) สำหรับ SMEs ที่ต้องพึ่งพาการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอด ความสามารถในการแข่งขันมักเกิดจากการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Anning-Dorson, 2018; Lien et al., 2014) ดังนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นตัวกลางสำคัญที่เชื่อมโยงการสร้างองค์ความรู้และการมุ่งเน้นนวัตกรรมเข้ากับความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร (Ge & Liu, 2021)

2.4 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency: OPE)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) เป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในกระบวนการดำเนินงาน (Lee & Johnson, 2013; Muñoz & Solanellas, 2024) ในบริบทของ SMEs การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานสามารถทำได้ผ่านการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Ali et al., 2022; Jayawardena, 2020). ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว เนื่องจากองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงจะสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Tsang et al., 1999) นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว (Nikitina, 2023)

2.5 การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาสมมติฐานการวิจัยนี้เริ่มต้นจากการสำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเน้นที่การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในเชิงปฏิบัติได้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร

การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร งานวิจัยหลายฉบับได้ยืนยันว่าองค์กรที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการใหม่ๆ สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและปรับตัวในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Fabrizio et al., 2021) การใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพในการนำนวัตกรรมมาใช้อย่างรวดเร็วและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (ประกาศิต บุญรัตน์ และ คณะ, 2566) ดังนั้น คาดการณ์ว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1a: การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

H1b: การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การสร้างสรรคองค์ความรู้ เป็นกระบวนการที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร โดยเฉพาะในบริบทของ SMEs ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การสร้างและแบ่งปันองค์ความรู้ภายในองค์กรสามารถนำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพและการปรับตัวที่ดีขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ท้าทาย (Grant, 1996; Chen & Liu, 2024) การสร้างองค์ความรู้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยองค์ความรู้ใหม่ๆ จะช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างและมีความยั่งยืนมากขึ้น (Brix, 2017) ดังนั้นคาดว่า การสร้างสรรคองค์ความรู้จะมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยดังนี้

H2a: การสร้างสรรคองค์ความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

H2b: การสร้างสรรคองค์ความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในตลาด การที่องค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูงกว่า หรือสามารถปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น (Anning-Dorson, 2018) ความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้นและนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว (Fabrizio et al., 2021) ในบริบทของ SMEs ที่ต้องแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การมีความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจ จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยดังนี้

H3a: ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

H3b: ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร การปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด (Gharakhani et al., 2013) และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ในธุรกิจ SMEs มักเผชิญกับปัญหาและข้อจำกัดด้านทรัพยากรที่จะนำมาใช้ การปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรสามารถทำได้โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบอัตโนมัติ การจัดการซัพพลายเชน หรือการวิเคราะห์ข้อมูลมาปรับใช้ ซึ่งช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (Lee & Johnson, 2013; Ali et al., 2022) นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดและสร้างความสำเร็จในระยะยาว (Tsang et al., 1999; Najafabadi et al., 2018) จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยดังนี้

H4: ประสิทธิภาพการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการพัฒนาสมมติฐานการวิจัยที่มุ่งเน้นถึงผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างสรรคองค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในบริบทที่มีการแข่งขันสูง การวิจัยได้สร้างสมมติฐานที่เน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้ และใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย กรอบแนวคิดนี้ช่วยให้เราสามารถทำการทดสอบสมมติฐานและตรวจสอบผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงในองค์กร ซึ่งจะเป็แนวทางในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจ SMEs เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนในระยะยาว

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 461,263 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564 : เว็บไซต์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970) ระดับความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) โดยจำแนกผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามจังหวัด กำหนดสัดส่วน และสุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด โดยการสุ่มอย่างง่ายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ส่งแบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ฉบับ ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 70 วัน มีแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ตอบกลับ จำนวน 181 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 45.25 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับได้ Kumar และคณะ (2018) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55.3) อายุ มากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 40.4) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 55.3) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 62.8) ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 42.0) ตำแหน่งงาน เจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 43.6) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 43.6) จำนวนพนักงาน มากกว่า 50 คน (ร้อยละ 30.9) ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10,000,000 บาท (ร้อยละ 41.0) และประเภทของธุรกิจ บริการ (ร้อยละ 38.8)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งออกแบบตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 7 ตอน รวมทั้งหมด 83 ข้อ แบบสอบถามนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ข้อมูลเหล่านี้จะถูกเก็บรวบรวมในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ เช่น ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และรายได้เฉลี่ยขององค์กร ตอนที่ 3-7 ของแบบสอบถามเป็นส่วนของที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรหลักในการวิจัย โดยเริ่มจากตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การเปิดรับความคิดใหม่ๆ และความสามารถในการรับความเสี่ยง (Phiphatphong et al., 2024) ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้ภายในองค์กร โดยใช้คำถามที่วัดปัจจัยต่างๆ เช่น การเรียนรู้ร่วมกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วม และการคิดเชิงระบบ (Boonyarat et al., 2023) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ความสามารถในการสร้างความแตกต่างและการตอบสนองความต้องการของตลาด (Anning-Dorson, 2018) จำนวน 8 ข้อ ตอนที่ 6-7 ของแบบสอบถามนั้นมุ่งเน้นไปที่ประสิทธิภาพการดำเนินงาน จำนวน 3 ข้อ และความสำเร็จของธุรกิจ (Soto-Acosta et al., 2015) จำนวน 4 ข้อ

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือทั้งฉบับ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยมีรายละเอียดดังนี้ การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ .834 การสร้างสรรคองค์ความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ .893 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ .819 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ .759 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ .703 สอดคล้องกับ DeVellis และThorpe (2021)ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่ามากกว่า .70

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ดำเนินการด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรหลักที่ศึกษา ได้แก่ การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความสำเร็จขององค์กร จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ซึ่งเป็นวิธีการสำคัญในการตรวจสอบความเที่ยงของโครงสร้างตัวแปรที่สังเกตได้ว่า

มีความสอดคล้องกับโมเดลที่สร้างขึ้นหรือไม่ การวิเคราะห์ CFA ช่วยในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรวัดและตัวแปรแฝง ทำให้มั่นใจได้ว่าตัวแปรเหล่านี้วัดองค์ประกอบที่ต้องการศึกษาได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) นำมาใช้เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความตรงของโมเดลวิจัย โดยทำการเปรียบเทียบโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ SEM จะถูกพิจารณาผ่านดัชนีที่แสดงถึงความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. ผลลัพธ์การวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.833 ถึง 4.096 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ถึง สูง โดยด้านการมีแบบแผนทางความคิด (TM) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.096 รองลงมาคือ ด้านลูกค้า (CU) และด้านด้านประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร (OE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.085 และการสร้างความแตกต่าง (DF) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.833 การกระจายของข้อมูล พบว่า มีค่าตั้งแต่ .540 ถึง .741 โดยที่ การสร้างความแตกต่าง (DF) มีค่าการกระจายของข้อมูลมากที่สุด เท่ากับ .741 รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอ (REG) มีการกระจายของข้อมูลเท่ากับ 0.715 และ ด้านความคิดสร้างสรรค์ (CR) มีการกระจายของข้อมูลน้อยที่สุดเท่ากับ .540

4.2 การประเมินโมเดลการวัด

ผลการประเมินโมเดลการวัดแสดงถึงความเหมาะสมเชิงสถิติในระดับที่น่าพึงพอใจ โดยค่า factor loadings ของตัวแปรแฝงมีค่าระหว่าง 0.610 ถึง 0.919 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่แนะนำที่ 0.40 ตามข้อเสนอของ Stevens (1992) นอกจากนี้ ค่า Cronbach's alpha (CA) มีค่าระหว่าง 0.703 ถึง 0.873 และค่า Composite Reliability (CR) มีค่าระหว่าง 0.899 ถึง 0.979 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์ในการวัด (Hair et al., 2019) บ่งชี้ถึงความน่าเชื่อถือในระดับสูง ด้านความเที่ยงตรงแบบบรรจบกัน (Convergent Validity) วัดจากค่า Average Variance Extracted (AVE) มีค่าระหว่าง 0.515 ถึง 0.608 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.50 ตามเกณฑ์ของ Fornell และ Larcker (1981) แสดงถึงความเหมาะสมในเชิงความเที่ยงตรงแบบบรรจบกัน ดังนั้น โมเดลการวัดจึงมีความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป ดังตาราง 1

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

จากตาราง 2 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างตัวแปรหลักที่ศึกษา โดยตัวแปร ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (COM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับ การสร้างสรรคองค์ความรู้ (NCR) ($r = .737, p < .05$) และ ความสำเร็จขององค์กร (SUC) ($r = .632, p < .05$) สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของการสร้างองค์ความรู้ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จในเชิงกลยุทธ์ขององค์กร นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับ ความสำเร็จขององค์กร (SUC) ($r = .909, p < .05$) แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จในเชิงปฏิบัติการขององค์กร อย่างไรก็ตาม การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร (OIN) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับ ความสำเร็จขององค์กร (SUC) ($r = .330, p < .05$) และมีความสัมพันธ์สูงกับ การสร้างสรรคองค์ความรู้ (NCR) ($r = .837, p < .05$) ผลลัพธ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรมีผลต่อการสร้างองค์ความรู้มากกว่าการเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยตรง ซึ่งบ่งชี้ถึงความสำคัญของการบูรณาการระหว่างนวัตกรรมและการจัดการองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร SMEs ในประเทศไทย

ตาราง 1 แสดงการวิเคราะห์ความตรงและความเชื่อถือได้ของตัวแปร

ตัวแปร	Indicator	Factor Loadings	AVE	CR	Cronbach' alpha	VIF
OIN			0.515	0.961	0.834	
	CR	0.610				1.357
	OP	0.698				1.961
	AT	0.725				2.146
	RI	0.749				2.049
	NC	0.794				1.580
NCR			0.548	0.961	0.873	
	SL	0.837				2.439
	TM	0.704				2.004
	VT	0.739				3.333
	LT	0.765				3.534
	ST	0.646				1.786
COM			0.577	0.979	0.819	
	DF	0.695				2.404
	RE	0.849				2.703
	NM	0.919				2.364
	CL	0.664				1.511
	EF	0.795				1.453
	CL	0.629				1.167
	IN	0.724				1.161
OPE			0.608	0.899	0.759	
	PE	0.784				2.865
	CO	0.832				2.882
	IT	0.720				1.420
SUC			0.567	0.941	0.703	
	CU	0.744				1.319
	FI	0.735				1.263
	CE	0.837				1.742
	LD	0.691				1.786

ตาราง 2 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

	COM	OPE	SUC	OIN	NCR
COM	1.000				
OPE	.472*	1.000			
SUC	.632*	.909*	1.000		
OIN	.628*	.163*	.330*	1.000	
NCR	.737*	.266*	.448*	.837*	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 การประเมินความสอดคล้องของสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างในตาราง 4 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างดี โดยค่าดัชนีทางสถิติทุกตัวอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ โดย ค่า CMIN/DF อยู่ที่ 1.126 สะท้อนถึงความเหมาะสมของโครงสร้างโมเดล (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) สำหรับค่า CFI และ TLI ซึ่งวัดความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลมีค่าเท่ากับ 0.990 และ 0.985 ตามลำดับ แสดงถึงความสอดคล้องที่สูง ส่วนค่า RMSEA และ SRMR ซึ่งเป็นตัววัดความคลาดเคลื่อนมีค่า 0.026 และ 0.061 ตามลำดับ ซึ่งต่ำกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนด (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) ทำให้มั่นใจได้ว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่ใช้ในการศึกษานี้มีความเหมาะสมในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้น่าเชื่อถือ

ตาราง 4 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของสมการโครงสร้าง

ตัวชี้วัดความสอดคล้องของโมเดล	ค่าที่เหมาะสม	ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง
CMIN/DF	1.0-3.0 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)	1.126
CFI	≥0.900 (Kelloway, 2015)	0.990
RMSEA	≤0.080 (Schumacker & Lomax, 2010)	0.026
TLI	≥0.900 (Schumacker & Lomax, 2010)	0.985
SRMR	≤0.080 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)	0.061

ตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	สรุปผล
H1	OIN ---> NCR	0.911*	0.303	ยอมรับ
H2	NCR ---> COM	0.813*	0.090	ยอมรับ
H3	COM ---> OPE	0.374*	0.081	ยอมรับ
H4	COM ---> SUC	0.268*	0.076	ยอมรับ
H5	OPE ---> SUC	0.910*	0.192	ยอมรับ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร (OIN) การสร้างสรรคองค์ความรู้ (NCR) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (COM) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) ความสำเร็จขององค์กร (SUC)

4.5 ผลลัพธ์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยพบว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร (H1: $\beta = 0.911$, SE = 0.303) มีผลโดยตรงต่อการสร้างสรรคองค์ความรู้ และการสร้างสรรคองค์ความรู้ (H2: $\beta = 0.813$, SE = 0.090) มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (H3: $\beta = 0.374$, SE = 0.081) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (H4: $\beta = 0.268$, SE = 0.076) ขณะเดียวกัน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (H5: $\beta = 0.910$, SE = 0.192) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ผลลัพธ์ดังกล่าวยืนยันถึงความสำคัญของการบูรณาการระหว่างการมุ่งเน้นนวัตกรรม การสร้างองค์ความรู้ และความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จในเชิงกลยุทธ์ขององค์กร SMEs ในประเทศไทย

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอ ผลการศึกษานี้เป็นการค้นพบที่น่าสนใจในหลายประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างสรรคองค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย จุดเด่นของผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการสร้างสรรคองค์ความรู้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร ซึ่งเป็นจุดเน้นที่สนับสนุนการวิจัยในหลายบริบท

ผลการศึกษาแรกที่นำเสนอชี้ให้เห็นว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสรรคองค์ความรู้ ($\beta = 0.911$, $p < 0.05$) ซึ่งบ่งชี้ว่าความสามารถขององค์กรในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ การเปิดรับความคิดใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มความรู้และทักษะในองค์กร ผลการวิจัยนี้อธิบายได้ว่า นวัตกรรมองค์กรช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Donate & Guadamillas (2011) ที่ชี้ว่าองค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมสามารถพัฒนากรอบการจัดการความรู้ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ในทำนองเดียวกัน Chang & Lin (2015) ระบุว่านวัตกรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างกระบวนการสร้างสรรคองค์ความรู้ โดยเฉพาะในธุรกิจที่ต้องการความยืดหยุ่นและการปรับตัว ผลการวิจัยนี้ยังคล้ายคลึงกับ Ge & Liu (2021) ที่เน้นว่าการสร้างความรู้ในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์นี้แตกต่างจากงานของ Tsai (2001) ที่มองว่านวัตกรรมองค์กรอาจส่งผลต่อการสร้างองค์ความรู้เฉพาะในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรมากกว่าธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่งานวิจัยนี้ได้ขยายความให้เห็นว่าการมุ่งเน้นนวัตกรรมสามารถนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ได้แม้ในองค์กรขนาดเล็ก การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นว่าการผสมผสานระหว่างการเปิดรับความคิดใหม่และการสร้างนวัตกรรมช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่มีประโยชน์สำหรับความสำเร็จระยะยาวขององค์กร (Chatzoglou & Chatzoudes, 2018; Rakhman, 2024; Soto-Acosta et al., 2015)

การศึกษานี้พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของ SMEs เป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจและสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากระบวนการดำเนินงานผ่านการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Fabrizio et al., 2021; Soto-Acosta et al., 2015) ความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดจากการที่องค์กรสามารถนำทรัพยากรและความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างคุณค่าในกระบวนการทำธุรกิจ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Ali et al., 2022) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ SMEs ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง การที่ธุรกิจสามารถ

จัดสรรและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรมนุษย์หรือทรัพยากรทางเทคโนโลยี จะทำให้กระบวนการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนการผลิต และปรับปรุงกระบวนการให้มีความคล่องตัวมากขึ้น (Gharakhani et al., 2013) นอกจากนี้ ความสามารถในการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของตลาดที่มาพร้อมกับความสามารถในการแข่งขันยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ (Soto-Acosta et al., 2015) การที่ธุรกิจ SMEs สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนไม่ได้มาจากการพึ่งพาทรัพยากรภายนอกเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับการสร้างความรู้และนวัตกรรมภายในองค์กรด้วย การผสมผสานระหว่างความสามารถในการสร้างองค์ความรู้และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนากระบวนการภายในองค์กรเป็นตัวช่วยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถลดความเสี่ยงในการแข่งขัน และสามารถเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้ (Brix, 2017; Grant, 1996) ในบริบทของ SMEs การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางมักเผชิญกับความท้าทายในการบริหารจัดการทรัพยากรจำกัด หากองค์กรสามารถเพิ่มผลผลิตได้จากการลดต้นทุนและปรับปรุงกระบวนการ ก็จะช่วยให้องค์กรสามารถยืนหยัดในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้ (Ali et al., 2022)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยระบุว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ($\beta = 0.374, p < 0.05$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและการดำเนินงานขององค์กร ผลลัพธ์นี้ สามารถอธิบายได้ว่าการที่องค์กรสามารถนำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงกว่าหรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Fabrizio et al., 2021) งานวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Ali et al. (2022) ซึ่งพบว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการลดต้นทุนและการเพิ่มความคล่องตัวของกระบวนการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Anning-Dorson (2018) ที่พบว่าความสามารถในการแข่งขันช่วยสร้างศักยภาพในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์นี้แตกต่างจากงานของ Orugun et al. (2017) ซึ่งมองว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยตรง แต่ต้องผ่านการเสริมสร้างนวัตกรรมและกลยุทธ์การจัดการก่อน ทั้งนี้ การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้โดยการสร้างความได้เปรียบในรูปแบบเฉพาะ เช่น การตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็วและการปรับตัวต่อความต้องการของตลาด เป็นต้น (Soto-Acosta et al., 2015; Gharakhani et al., 2013)

ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ($\beta = 0.268, p < 0.05$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรที่สามารถสร้างความแตกต่างและข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในเชิงกลยุทธ์มากขึ้น เหตุผลสำคัญคือ ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหนือกว่า รวมถึงการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดีและสร้างความพึงพอใจในระยะยาวแก่ลูกค้า (Anning-Dorson, 2018; Soto-Acosta et al., 2015) ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานของ Fabrizio et al. (2021) ที่ชี้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จขององค์กร โดยการเสริมสร้างกลยุทธ์เชิงรุกและการจัดสรรทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ Brix (2017) ที่ระบุว่า การสร้างข้อได้เปรียบที่ยั่งยืนสามารถนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยนี้แตกต่างจาก Ali et al. (2022) ซึ่งระบุว่าความสำเร็จขององค์กรมักพึ่งพาปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนจากพันธมิตรทางธุรกิจและการปรับตัวต่อกฎระเบียบของตลาดมากกว่าการสร้างข้อได้เปรียบภายใน ทั้งนี้ การวิจัยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจ SMEs ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงสามารถประสบความสำเร็จได้ หากสามารถใช้ความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อปรับปรุงกระบวนการและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและยั่งยืน (Soto-Acosta et al., 2015; Gharakhani et al., 2013)

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญนั้น เป็นการสนับสนุนทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพที่ระบุว่า การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสามารถ

เพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จขององค์กรได้ (Lee & Johnson, 2013; Tsang et al., 1999) ทั้งนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานหมายถึง ความสามารถในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ซึ่งสำหรับ SMEs ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วได้ การวิจัยนี้พบว่าการปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและการจัดการทรัพยากรสามารถช่วยให้องค์กรเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน ส่งผลให้เกิดความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว (Gharakhani et al., 2013; Ali et al., 2022) นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานยังมีบทบาทในการเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร ทำให้สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงและความท้าทายจากภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Najafabadi et al., 2018; Jayawardena, 2020)

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างสรรคองค์ความรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิภาพการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs พบว่ามีหลายประเด็นที่น่าสนใจสำหรับการวิจัยในอนาคต การวิจัยครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของการสร้างองค์ความรู้ในการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างที่สามารถนำไปสู่การวิจัยเพิ่มเติม เช่น การศึกษาถึงวิธีการวิจัยเชิงลึกในการบูรณาการนวัตกรรมเข้ากับกระบวนการสร้างองค์ความรู้ใน SMEs ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาแบบจำลองที่ช่วยให้สามารถวัดผลลัพธ์เชิงปฏิบัติที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยีในการเสริมสร้างนวัตกรรม นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม หรือการเมืองที่มีผลต่อการนำความรู้ใหม่มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการนวัตกรรมของ SMEs ในบริบทของประเทศไทยจะเป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีความผันผวนและต้องเผชิญกับการแข่งขันระดับโลก การวิจัยในอนาคตควรเน้นการศึกษาข้ามภูมิภาคหรือประเทศต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และสร้างความเข้าใจที่ครอบคลุมมากขึ้นเกี่ยวกับวิธีที่นวัตกรรมสามารถช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs ในบริบทที่แตกต่างกัน การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence) หรือเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) ต่อการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการนวัตกรรมก็ถือเป็นประเด็นสำคัญในยุคปัจจุบัน

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างความสำเร็จในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการสร้างสรรคนวัตกรรมมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและส่งผลให้ธุรกิจสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ดีขึ้น ผู้บริหารและผู้ประกอบการสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนธุรกิจที่เน้นการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจ SMEs เช่น หน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันวิชาการ สามารถใช้ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากงานวิจัยนี้เพื่อพัฒนานโยบายและการสนับสนุนทางการเงินที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการนำองค์ความรู้และนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการบริหารจัดการองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรทั้งมนุษย์และเทคโนโลยีจะช่วยให้ SMEs สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มผลผลิต และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การวิจัยยังเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการในด้านการจัดการนวัตกรรม โดยสามารถใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาทฤษฎีและกรอบแนวคิดใหม่ๆ สำหรับการศึกษาและวิจัยในสาขานี้ต่อไป

7. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร การสร้างองค์ความรู้ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานปัจจัยเหล่านี้ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กร โดยพบว่าการมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กรมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ในองค์กร ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสร้างองค์ความรู้ยังช่วยส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้ SMEs สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ผลการวิจัยยังยืนยันว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร โดยการนำทรัพยากรและเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสมสามารถเพิ่มความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในเชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน การผสมผสานระหว่างการสร้างองค์ความรู้ การมุ่งเน้นนวัตกรรมองค์กร และการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถสร้างโมเดลการบริหารจัดการที่เหมาะสมสำหรับ SMEs ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และการเติบโตในระยะยาว ผลการวิจัยนี้ให้ข้อมูลสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาแนวทางปฏิบัติและนโยบายเพื่อเสริมสร้างความสำเร็จของ SMEs ในประเทศไทย

กิจกรรมประกาศ This research project was financially support by Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

เอกสารอ้างอิง

- ชูพงษ์ พันธุ์แดง. (2564). การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 44-53.
- ดลใจ พิพัฒน์พงษ์, อารยา อึ้งไพบูลย์กิจ, กิตติธรา อมรสิน, อรุณี นามวงศ์, และนันท์ทยา สายไทย. (2567). อิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 20(2), 111-123.
- ประกาศิต บุญรัตน์, สุมาลี รามัญ, และ ธัญนันท์ บุญอยู่. (2566). นวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในสวนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(51), 461-479.
- ประวิทย์พัฒน์ แยมขุติเกิดมณี, และวิจิต อุ๋อัน. (2564). กรอบแนวคิดอิทธิพลของการจัดการองค์ความรู้ต่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กรและความพึงพอใจในงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(3), 153-164.
- พัทธิธรา สมทรง. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 91-102.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2566). รายงานประจำปีเกี่ยวกับสถานะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://www.sme.go.th/>

- Ali, M., Kazi, A., Rizvi, S. A., & Ghafoor, H. (2022). How do operational disruption and resiliency impact a firm's operational efficiency and competitive advantage? Pakistan case. *Journal of Business Administration and Management Sciences (JOBAMS)*, 4(2), 56-75.
- Anning-Dorson, T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. *International Marketing Review*, 35(4), 580–600.
- Auernhammer, J., & Hall, H. (2014). Organizational culture in knowledge creation, creativity and innovation: Towards the Freiraum model. *Journal of Information Science*, 40, 154-166.
- 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.
- Brix, J. (2017). Exploring knowledge creation processes as a source of organizational learning: A longitudinal case study of a public innovation project. *Scandinavian Journal of Management*, 33, 113-127.
- Chang, C. L., & Lin, T. (2015). The role of organizational culture in the knowledge management process. *Journal of Knowledge Management*, 19(3), 433–455.
- Chatzoglou, P., & Chatzoudes, D. (2018). The role of innovation in building competitive advantages: An empirical investigation. *European Journal of Innovation Management*, 21, 44-69
- Chen, J., & Liu, L. (2024). TMT entrepreneurial passion diversity and firm innovation performance: the mediating role of knowledge creation. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 268-291.
- Chen, J., & Liu, L. (2024). TMT entrepreneurial passion diversity and firm innovation performance: the mediating role of knowledge creation. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 268-291.
- Del Vecchio, P., Di Minin, A., Petruzzelli, A. M., Panniello, U., & Pirri, S. (2018). Big data for open innovation in SMEs and large corporations: Trends, opportunities, and challenges. *Creativity and Innovation Management*, 27(1), 6-22.
- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications* (5th ed.). Sage.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. London: Sage Publications.
- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2020). Developing sustainable business models: local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 931–950.
- Donate, M., & Guadamillas, F. (2011). Organizational factors to support knowledge management and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 15, 890-914.
- Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Fossen, K. V., Yang, M., Silva, E. A., & Barlow, C. Y. (2017). Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for the creation of sustainable business models. *Business Strategy and the Environment*, 26, 597-608.
- Fabrizio, C., Kaczam, F., Moura, G., Silva, L., Silva, W., & Veiga, C. (2021). Competitive advantage and dynamic capability in small and medium- sized enterprises: A systematic literature review and future research directions. *Review of Managerial Science*, 16, 617-648.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.

- Ge, S., & Liu, X. (2021). The role of knowledge creation, absorption and acquisition in determining national competitive advantage. *Technovation*, 112, 102396.
- Gharakhani, D., Rahmati, H., Farrokhi, M., Farahmandian, A. (2013). Total Quality Management and Organizational Performance. *American Journal of Industrial Engineering*, 1(3), 46-50.
- Grant, R. M. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization science*, 7(4), 375-387.
- Jayawardena, N. S. (2020). A conceptual framework to measure operational efficiency of Apparel Industry in emerging economies. *International Journal of Services and Operations Management*, 37(1), 1.
- Kelloway, E. K. (2015). Using Mplus for Structural Equation Modeling. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kumar, V., Leone, R. P., Aaker, D. A., & Day, G. S. (2018). Marketing research. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Lee, C.-Y. and Johnson, A. L. (2013), "Operational efficiency", in Badiru, A. B. (Ed.), *Handbook of Industrial and Systems Engineering*, CRC Press, Cambridge, pp. 17-44.
- Lien, C.-Y., Kuo, F.-I., & Ng, E. (2014). Discussion on study of knowledge creation, innovation ability and organizational performance for high-tech industries in Taiwan. In C.-C. Wang (Ed.), *International Conference on Marketing Studies (ICMS 2014)* (pp. Taipei, Taiwan: Taipei County. June 18–20, 2014.
- Lieshout, J. W., Van Der Velden, J. M., Blomme, R. J., & Peters, P. (2021). The interrelatedness of organizational ambidexterity, dynamic capabilities and open innovation: a conceptual model towards a competitive advantage. *European Journal of Management Studies*, 26(2/3), 39–62.
- Mehralian, G., Nazari, J. A., & Ghasemzadeh, P. (2018). The effects of knowledge creation process on organizational performance using the BSC approach: The mediating role of intellectual capital. *Journal of Knowledge Management*, 22, 802-823.
- Muñoz, J., & Solanellas, F. (2024). Measurement of organizational performance in national sport governing bodies domains: A scoping review. *Management Review Quarterly*, 74(2), 1003-1028.
- Najafabadi, M., Nikbakht, M., & Shekarchizadeh, A. (2018). Relationship between operational performance in industrial manufacturing companies with approaches of innovation, quality, efficiency and productivity. *Journal of Modern Processes in Manufacturing and Production*, 7, 29-38.
- Nikitina, N. (2023). The concept of increasing the efficiency of the enterprise in modern conditions. *E3S Web of Conferences*, 389, 09003.
- Orugun, J. J., Nafiu, A. T., & Aduku, D. J. (2017). Strategy implementation and its effect on superior performance and competitive advantage of SMEs in Kogi State, Nigeria. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 1-13.
- Pallas, F., Böckermann, F., Goetz, O., & Tecklenburg, K. (2013). Investigating organizational innovativeness: Developing a multidimensional formative measure. *International Journal of Innovation Management*, 17(04), 1350009.

- Rakhman, S. (2024). Determinant of organizational innovation: Literature review. *AKADEMIK Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 86-98.
- Sánchez, A., Lago, A., Ferràs, X., & Ribera, J. (2011). Innovation management practices, strategic adaptation, and business results: Evidence from the electronics industry. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(2), 14-39.
- Sayudin, S., Nurjanah, A., & Yusup, A. (2023). Innovation strategy and product development to increase company competitiveness in the digital era. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(5), 996-973.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). A beginner's guide to structural equation modeling (3rd ed.). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Palacios-Marqués, D. (2015). E-business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: An empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*, 22, 885-904.
- Stevens, J. (1992). Applied multivariate statistics for the social sciences (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Sukglun, A., Suttapong, K., & Pianroj, N. (2018). Strategies for creating competitive advantage for smart farming enterprise. *Executive Journal*, 38(1), 91-100.
- Techakana, J. (2020). Innovative business model for high achievement. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 5(3), 431-445.
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal*, 44, 996-1004.
- Tsang, A. H. C., Jardine, A. K. S., Kolodny, H., 1999. Measuring maintenance performance: a holistic approach. *International Journal of Operations and Production Management*, 19(7), 691-715.
- Turgunov, M., & Karimov, O. (2023). Issues of development and improvement of the innovation strategy of enterprises. *American Journal of Social Sciences and Humanity Research*, 03(02), 116-120.
- Wang, Y., Olsson, S., Lipp, O. V., & Ney, L. J. (2024). Renewal in human fear conditioning: A systematic review and meta-analysis. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 145, 105606.
- Yu, C., Zhang, Z., Lin, C., & Wu, Y. (2017). Knowledge creation process and sustainable competitive advantage: The role of technological innovation capabilities. *Sustainability*, 9, 2280.
- Zhang, T. J., Wang, D. T., Tse, C. H., & Tse, S. Y. (2024). Enhancing subsidiary innovation capability through customer involvement in new product development: A contingent knowledge source perspective. *Journal of Product Innovation Management*, 41(1), 86-111.