

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ  
ธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย  
The Causal relationship affecting entrepreneur printing product label  
business competitive advantage in Thailand

อรนุช เฉิน\*  
(Oranuch Cheun)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) เพื่อพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จากประชากรจำนวน 1,641 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแฮร์ และคณะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า จำนวน 400 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 15 ท่าน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสเรล

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคล่องตัวของธุรกิจ การยกระดับศักยภาพการผลิต การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ สมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ดัชนีความกลมกลืนของความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี  $\chi^2/df = 3.616$  CFI=0.910 GFI=0.832 AGFI=0.779 RMSEA = 0.0100 และ SRMR = 0.017 โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ ค่าดัชนี  $\chi^2/df=1.159$  CFI=0.996 GFI=0.957 AGFI=0.920 RMSEA 0.025 และ SRMR =0.010 และ (3) โมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าในประเทศไทย มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ สมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของธุรกิจ และการยกระดับศักยภาพการผลิต

**คำสำคัญ:** ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลาก

\*นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170

ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์ อาจารย์ ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ และ อาจารย์ ดร. ฐนนวริน โฆษิตคณิน

Doctor of Business Administration students; Bangkokthonburi University, 10170

Corresponding author: buddhagam.r@chula.ac.th

## ABSTRACT

This research aims (1) to study the causal factors influencing the competitive advantage of the label printing business in Thailand; (2) to study the conformity of the structural equation model of the relationship of competitive advantage factors and the empirical data; and (3) to develop a competitive advantage model of label printing entrepreneurs in Thailand. This research is mixed method research. For the quantitative method, this research employed a stratified random sampling method from a population of 1,641. The sample size was determined according to the criteria of Hair et al. The sample group consisted of 400 label printing entrepreneurs. For the qualitative method, this study employed a purposive random sampling method for 15 people, including entrepreneurs and experts. The tool used for collecting data was a questionnaire. The statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation, and structural equation model analysis by LISREL software.

The results indicated that: (1) the business agility, productivity enhancement, business innovation management, supply chain performance, competitive advantage that directly influenced the competitive advantage which is consistent with the established research hypothesis, a harmony index of competitive advantage factor correlation; (2) the model harmonized with the empirical data. The six harmonious indices that passed the acceptance criteria were the index values of  $\chi^2/df = 3.616$ , CFI = 0.910, GFI = 0.832, AGFI = 0.779, RMSEA = 0.0100, and SRMR = 0.017. The structural equation modeling well suited to the empirical data, namely index values of  $\chi^2/df = 1.159$ , CFI = 0.996, GFI = 0.957, AGFI = 0.920, RMSEA = 0.025, and SRMR = 0.010.; and (3) the competitive advantage of label printing entrepreneurs in Thailand consists of key elements including business innovation management, supply chain performance, business agility, and productivity enhancement.

**Keywords:** Causal relationship, Competitive advantage, Label printing entrepreneurs

### Article history:

Received 4 April 2022

Revised 23 May 2022

Accepted 25 May 2022

SIMILARITY INDEX = 4.96 %

## 1. บทนำ

ธุรกิจการพิมพ์ผลลากสินค้า เป็นสิ่งที่เราสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน และสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น ผลากอาหาร ผลากเครื่องดื่ม ผลากเครื่องสำอาง ผลากเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือผลากสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย ผลากสินค้า หรือป้ายสินค้า คือ ข้อมูลที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค โดยจะมีข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณ ข้อมูลโภชนาการ หมายเลขทางการค้า เครื่องหมายรับรองต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งผลากหรือป้ายสินค้านี้มักนิยมใช้กันมากกับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง อาหารและเครื่องดื่ม การติดผลากไว้ที่บรรจุภัณฑ์อาหาร หรือเครื่องดื่ม จะทำให้ลูกค้าเห็นผลากได้อย่างชัดเจน การติดผลากสินค้าหรือป้ายสินค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจทุกประเภทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เพราะการติดผลากสินค้าบนกล่องอาหารและแก้วน้ำ นอกจากจะทำให้สวยงามดูมีคุณภาพแล้ว ยังสามารถทำให้สินค้าเป็นที่ดึงดูด ได้รับความสนใจจากลูกค้าได้ดี และยังทำให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าที่เดิมเคยมีข้อจำกัดตรงที่ถูกกำหนดด้วยจำนวนพิมพ์อย่างน้อยที่สุดเท่าไรจึงจะคุ้มทุนและมีกำไร ปัจจุบันมีการใช้ระบบการพิมพ์ และเครื่องพิมพ์ดิจิทัลมากขึ้น การสั่งพิมพ์เก็บสต็อกจึงลดลง ดังนั้น การพิมพ์ตามต้องการ (Print on Demand) จึงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับทางรอดของธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว จะใช้แนวคิดเดิมๆ ในการทำธุรกิจไม่ได้อีกต่อไป ลูกค้าในยุคดิจิทัลไม่ผูกพันกับการใช้บริการของโรงพิมพ์เดิมหรือไม่มีลักษณะจงรักภักดีต่อโรงพิมพ์ที่เคยให้บริการ แต่เป็นลักษณะของการค้นหาบริการที่ตรงใจที่สุดจากโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว กล้าที่จะอยู่ และก้าวให้ทันไปกับเทคโนโลยีต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสะท้อนถึงการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศที่ยังมีปัญหาต่อธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ Social Media และ Digital Media ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์หลายแห่งที่เคยมีผลประกอบการที่เติบโตต่อเนื่อง ต้องปิดตัวลงหรือลดขนาดของกิจการลง หรือปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจที่ขาย Content ทางออนไลน์แทน ซึ่งธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าของไทย เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การผลิตบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับความท้าทาย และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ การจัดการที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าบนบรรจุภัณฑ์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานภายใน โดยมีการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป การพิมพ์ผลากสินค้ามีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์การสื่อสาร อาจเห็นเฉพาะด้านการเติบโตเฟื่องฟูของอุตสาหกรรม แต่ความจริงแล้วในด้านอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมการพิมพ์กำลังประสบกับความกดดัน เนื่องจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง ไปสู่ระบบดิจิทัลที่มีอัตราที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมของธุรกิจการพิมพ์มีปริมาณงานที่น้อยลง ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เลือกเทคโนโลยีที่แตกต่าง และปรับโครงสร้างรูปแบบธุรกิจ เพื่อมีกำไร และความอยู่รอดในอุตสาหกรรม

ในภาพรวมของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ปี 2564 ปริมาณการพิมพ์ผลากสินค้า คาดว่าจะเริ่มขยายตัวได้มากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจน่าจะเริ่มฟื้นตัวจากการค้นพบวัคซีนในการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ความเข้มงวดสำหรับมาตรการ ลดใช้พลาสติก เช่น ถุงพลาสติก ฟิล์มห่อแบบต่าง ๆ ผลาก หลอดดูด และสินค้าในรูปแบบแบ่งบริโภคขนาดเล็ก (single serve) ที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จะเริ่มชัดเจนมากขึ้นอีกครั้ง การบริโภคภายในประเทศคาดว่าจะยังคงทรงตัว ทำให้การขยายตัวของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า

ในภาพรวมน่าจะไม่ใช่ขยายตัวมากเท่าที่ควรในปีถัดไป การขยายตัวของระบบการค้าออนไลน์ เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งน่าจะยังคงมีรุนแรงทั่วโลก ประมาณปี 2564 ก่อนที่จะมีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคได้ทั่วถึง

ความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้เกิดกรอบแนวคิดการพัฒนาศักยภาพความคล่องตัวขององค์กรธุรกิจในกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องปรับตัวให้มีความยืดหยุ่น สามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การยกระดับศักยภาพการผลิตขององค์กรและเครือข่าย โดยการจัดการสมรรถนะระบบโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ ใช้ทรัพยากรที่มีของทั้งเครือข่ายร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการสร้างโซ่แห่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ทำให้สามารถลดต้นทุนโดยรวมทั้งโซ่อุปทาน เน้นการพัฒนาองค์กรและบุคลากรทั้งโซ่อุปทานให้มีความสามารถที่คล่องตัวของธุรกิจ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและเครือข่ายได้ทั้งเชิงรับ และเชิงรุกเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเป็นผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพิมพ์ผลากสินค้าจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย เพื่อปรับปรุงและเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของระบบโซ่อุปทาน การพิมพ์ผลากสินค้า ดังกล่าวทั้งในเรื่องของปัจจัยการพิมพ์ผลากสินค้า การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความรู้ทั่วไปของผลากสินค้า

“ผลากสินค้า” ในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคสามารถพบเห็นผลากสินค้าได้ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นผลากยา ผลากอาหาร ผลากเครื่องสำอาง ผลากเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือผลากสินค้าอื่นๆ อีกมากมาย

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้กำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองไว้ 5 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคล่องตัวของธุรกิจ

แนวคิดของความคล่องตัวของธุรกิจ เป็นแนวคิดที่ได้รับการสนับสนุนว่าเป็นวิธีการใหม่สำหรับเครือข่ายธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน ที่เน้นหลักในการดำเนินธุรกิจในโครงสร้างเครือข่ายที่มีอยู่ในระดับที่เพียงพอต่อความสามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งคาดการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงรุกและที่จะแสวงหาโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ ความคล่องตัวของธุรกิจคือ ความสามารถในการจัดอย่างรวดเร็วในด้านเครือข่ายในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว กระบวนการนี้ยังขึ้นอยู่กับการจัดการปัจจัยที่สำคัญคือ ข้อมูล ข่าวสาร ความสัมพันธ์ภายนอกองค์กรและภายในโซ่อุปทาน (Dekkers, 2006)

สรุปได้ว่าตัวแปรของ ความคล่องตัวของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความรวดเร็วในการจัดส่ง 2. สมรรถนะ 3. ทักษะวิสัย และ 4. ความยืดหยุ่น

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการยกระดับศักยภาพการผลิต

องค์กรธุรกิจที่คล่องตัว (Enterprise Agility) เป็นศูนย์กลางของกระบวนการโซ่อุปทาน (Babaei, Ramesani, and Khanuki, 2013: 750-751) เป็นการจัดการธุรกิจแบบความคล่องตัวที่เกิดจากพลังผลักดันจากสภาพแวดล้อม เป็นตัวกระตุ้นทำให้องค์กรต้องพัฒนากระบวนการผลิตพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวางแผนและการดำเนินงานให้มีความสามารถที่คล่องตัว โดยการกำหนดกลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การปรับโครงสร้างองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และการจัดการองค์ความรู้ ทำให้ธุรกิจมีความสามารถที่คล่องตัว มีตัวแปรชี้วัด ได้แก่ การเรียนรู้ (learning) ความยืดหยุ่น (Flexibility) การเข้าใจ (Perception) ศักยภาพ (Competency) ความรวดเร็ว (Speed) และการตอบสนอง (Responsiveness)

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management : SCM) ปัจจุบันนับว่าเป็นกลยุทธ์หรือการจัดการที่สำคัญของการจัดการระดับต่างๆ ในองค์กร โดยรวมถึงการจัดการโลจิสติกส์และการผลิตทั้งในระดับประเทศหรือระดับโลก ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานนั้นต้องการการบูรณาการหรือการผสมผสานกันตั้งแต่ระดับบริษัท (Corporate level) ระดับธุรกิจ (Business level) และระดับปฏิบัติการ (Functional level) เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการแข่งขันในระดับโลกซึ่งต้องมีกระบวนการเพิ่มการจัดการจากทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิตหรือสินค้าสำเร็จรูปทั้งนี้ต้องรวมถึงการจัดการสินค้าคงคลังโดยต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญซึ่งส่วนสำคัญของการจัดการโซ่อุปทานนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานสำคัญคือ การเชื่อมโยงด้านกลยุทธ์ การจัดการสินค้าและบริการโดยรวม หรือส่วนประกอบต่าง ๆ การลดระยะเวลา ความยืดหยุ่น การสนองตอบอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง การจัดการโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ หรือการเชื่อมโยงระบบการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม (Enterprise resources planning : ERP) ทั้งภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร (Gunasekaran, Patel and McGaughey., 2004)

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นขบวนการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างซ้ำๆ ในการสร้างและปรับเปลี่ยนความคิดไปสู่การพัฒนาสินค้า บริการ กระบวนการ โครงสร้างหรือนโยบายที่มีความใหม่ต่อองค์การ Nohria and Gulati (1996) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mansfield (1968) และได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรมในระดับ

องค์การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยผู้บริหารนำนวัตกรรมมาใช้ในการแก้ปัญหาและสร้างความท้าทายใหม่เพื่อให้้องค์การประสบความสำเร็จในอนาคต

Saunila (2014) ได้ให้ความหมายว่า ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) : มุมมองของการเงินและการปฏิบัติการ คือ ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างนวัตกรรมขององค์การกับความสามารถและประสิทธิภาพการทำงาน ควรคำนึงถึงแง่มุมต่างๆ ของความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์การ เนื่องจากธุรกิจ ขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญด้านการเงินควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพราะผลการดำเนินงาน หรือผลประกอบการที่มีประสิทธิภาพ การสร้างนวัตกรรมที่แตกต่างและเพิ่มกำไรจากการลงทุน ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมจึงควบคู่กับการบริหารจัดการและการดำเนินการด้านการเงินเป็นสำคัญ

Utterback (2015) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรมกับการบริหารจัดการประสิทธิภาพ คือ การใช้กลยุทธ์สำหรับการเจริญเติบโตหรือการแข่งขันที่เห็นได้ชัดในบริษัท หรืออุตสาหกรรม เช่นการเพิ่มยอดขาย (ยานยนต์), ลดค่าใช้จ่าย (การขนส่ง, การสื่อสาร) สูงสุดที่มีประสิทธิภาพ หรือควบคุมทรัพยากรวัสดุ เนื่องจากนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมต่างๆ การลดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ได้นวัตกรรมเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาใช้ และเป็นแหล่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรม เช่นการบริการที่รวดเร็ว การผลิตที่ตอบสนองความต้องการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

การนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นโมเดลในการบริหารจัดการประสิทธิภาพของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการในธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ และการนำนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้องมีความจำเป็นค่อนข้างมากเพราะหากการพิมพ์ผลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ ไม่มีการพัฒนาและนำนวัตกรรมที่ใหม่และไม่เหมือนใครและการลอกเลียนแบบได้ยาก ก็ไม่อาจทำให้องค์การได้เปรียบคู่แข่ง เพราะถ้าใครๆ ต่างผลิตสินค้าที่เหมือนและคล้ายกันนั้นหมายถึงว่า โอกาสที่จะทำให้ได้ลูกค้าที่แตกต่างและยั่งยืน

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Porter (1985) ให้คำจำกัดความของคำว่า “ความได้เปรียบทางการแข่งขัน” คือ การเพิ่มผลิตภาพ (Competitiveness is Productivity) ผลิตภาพ คือ มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิตต่อวันทำงานและต่อหนึ่งหน่วยของทุนหรือทรัพยากรเชิงกายภาพ (Physical Resources) ที่ใช้ไปเนื่องจากประเทศไม่ใช่คู่แข่ง แต่บริษัทคือผู้ที่อยู่ในสนามการแข่งขัน ที่แท้จริงและการแข่งขันต้องมีพลวัต (Dynamic) มีการสร้างนวัตกรรม (Innovation) และมองหา กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างอยู่เสมอ ดังนั้น การเพิ่มผลผลิตของตนให้สูงขึ้น และการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพแรงงาน ที่ไม่ใช่มุ่งแต่จะ ลดต้นทุนเพียงอย่างเดียวเสมอไป ก็สามารถยกระดับให้เกิดผลิตภาพที่เพิ่มขึ้นได้และนำไปสู่การ ยกระดับที่ได้เปรียบในเชิงธุรกิจได้

สรุปได้ว่าความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบเชิงธุรกิจที่มีกลุ่มตลาดในประเภทเดียวกันทำการแข่งขันกันให้สามารถมีคุณค่าเหนือคู่แข่ง เพื่อสร้างให้เป็นธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งกลุ่มลูกค้าเก่าและกลุ่มลูกค้าใหม่ ดังนั้นหัวใจสำคัญของความประสบผลสำเร็จในธุรกิจ คือการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านกลยุทธ์และวิธีดำเนินการ

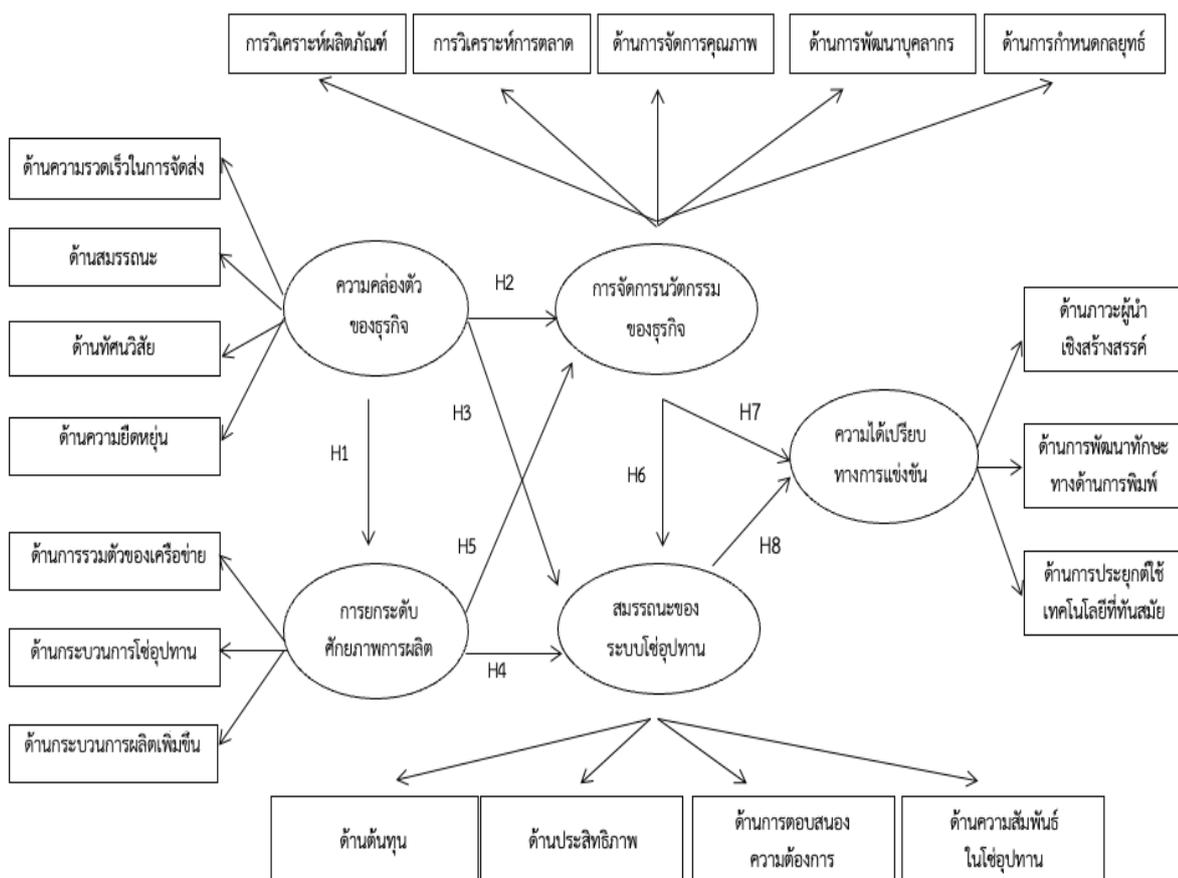
## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทวีเกียรติ ประพททธิตระกูล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิด

เป็นตัวแบบการจัดการองค์การ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 336 ตัวอย่าง ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารระดับสูงจำนวน 5 องค์การของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินการในประเทศไทย ระหว่างวันที่ 16 กรกฎาคม 2552 ถึง 6 พฤษภาคม 2553 และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมขององค์การจะเป็นตัวกำหนดลักษณะองค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งบ่งชี้ตัวชี้วัดได้ทั้งสิ้น 15 ตัวชี้วัด 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภาพรวมขององค์การ มี 7 ตัวชี้วัด (2) ด้านผลิตภัณฑ์ มี 4 ตัวชี้วัด และ (3) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 4 ตัวชี้วัด โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์และด้านความพึงพอใจของลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความสำคัญ ต่อการบ่งชี้องค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

Murphy and Cold (2009) ได้ศึกษาเรื่องผู้นำเชิงวิศกรพบว่า ในสังคมอุตสาหกรรมของ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และจีน ต่างมีผลทำให้วิศกรกลายเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งภาวะผู้นำแบบวิศกรนี้มีลักษณะเป็นการผสมผสานของภาวะผู้นำในเชิงเทคนิค คุณสมบัติแบบนี้ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เนื่องจากในองค์กรภาคอุตสาหกรรมนั้น ต้องการผู้นำที่มีความลงตัวระหว่างคนที่สามารถประสาน ประโยชน์และคนที่มีความรู้ในอุตสาหกรรมนั้น

### กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยการสร้างโมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causal Relationships) เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อให้สามารถตอบคำถามในการวิจัยได้ครบถ้วน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามมาทดสอบกับตัวแบบเชิงทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ได้ข้อค้นพบ และประเด็นที่สำคัญในการศึกษา

กำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Hair et al. (1998) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการวิจัยที่จะต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทางโมเดล และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 1** จำนวนประชากร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ภาคเหนือ	373	65
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	435	133
3. ภาคกลาง	510	157
4. ภาคใต้	323	45
<b>รวม</b>	<b>1,641</b>	<b>400</b>

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 0.89 – 0.97 ซึ่งยอมรับได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) และสรุปผลอิทธิพลปัจจัยเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

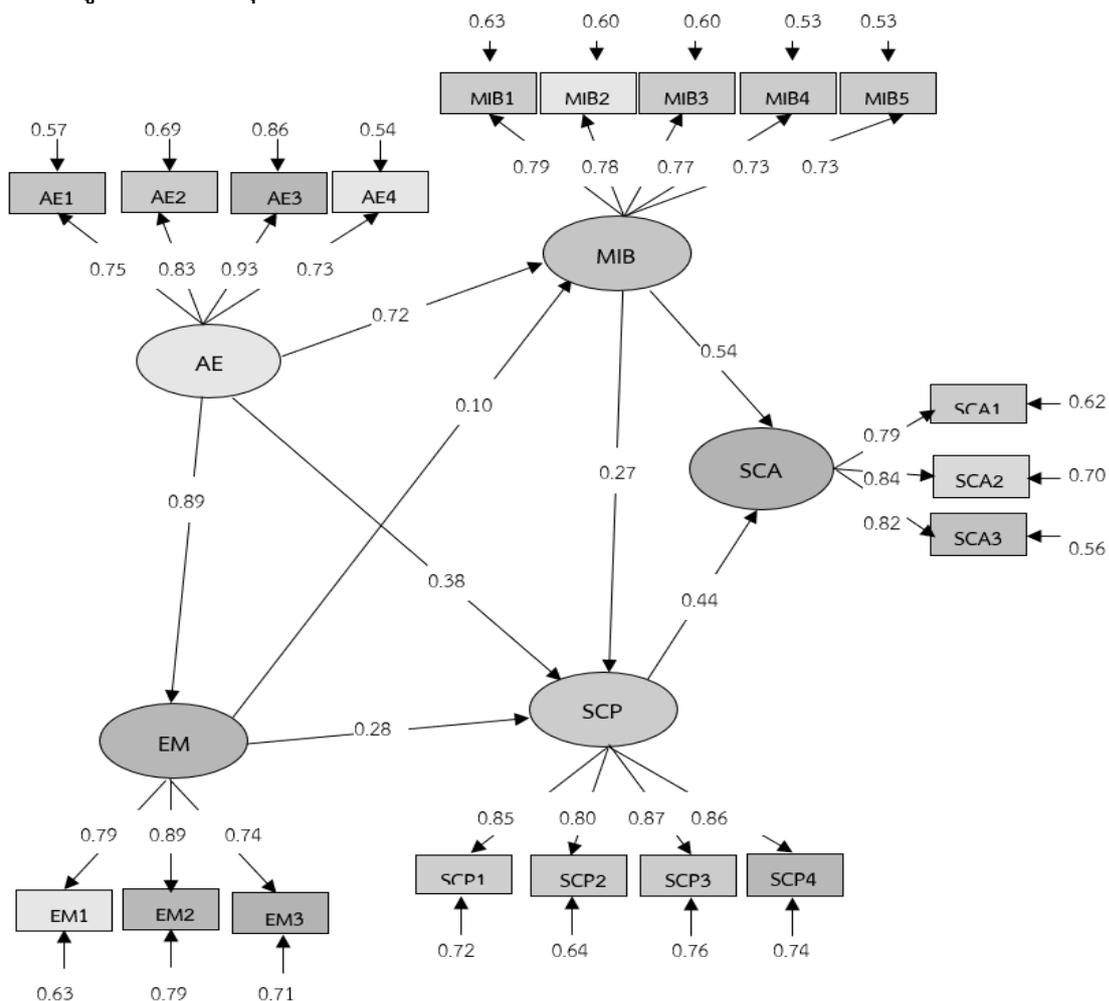
### 4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการฝ่ายผลิต มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 20 – 50 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานในองค์กรของผู้ประกอบการแต่ละแห่งมีประชากรที่พบมากที่สุด ตั้งแต่ 201 คนขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความคล่องตัวของธุรกิจ การยกระดับศักยภาพการผลิต สมรรถนะของโซ่อุปทาน และการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.54 – 3.91) การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.47 – 0.73 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่งพบว่า ค่าความเบ้ และความความโด่งมีความแตกต่างจากศูนย์เพียงเล็กน้อย แต่จัดว่าใกล้ศูนย์ ซึ่งเกณฑ์ของความเบ้ และความโด่งที่ยอมรับได้ได้คือค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 จึงถือ ว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดล สมการเชิงโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 19 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 171 คู่ ซึ่งเป็นตัว แปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์ หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.366 - 0.769 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์สมการโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย



แผนภาพที่ 2 สมการเชิงโครงสร้างโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 2 สรุปผลอิทธิพลปัจจัยเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

ตัวแปร	อิทธิพล	การยกระดับ ศักยภาพ การผลิต	สมรรถนะ ระบบ โซ่อุปทาน	การจัดการ นวัตกรรม ของธุรกิจ	ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน
ความคล่องตัวของ ธุรกิจ (AE)	อิทธิพลทางตรง	0.89	0.38	0.72	
	อิทธิพลทางอ้อม				0.93
	อิทธิพลรวม	0.89	0.38	0.72	0.93
การยกระดับ ศักยภาพการผลิต (EM)	อิทธิพลทางตรง		0.28	0.10	
	อิทธิพลทางอ้อม				0.12
	อิทธิพลรวม		0.28	0.10	0.12
สมรรถนะระบบ โซ่อุปทาน (SCP)	อิทธิพลทางตรง		0.27		0.44
	อิทธิพลทางอ้อม				
	อิทธิพลรวม		0.27		0.44
การจัดการ นวัตกรรมของธุรกิจ (MIB)	อิทธิพลทางตรง		0.27		0.54
	อิทธิพลทางอ้อม				0.12
	อิทธิพลรวม		0.27		0.66
R <sup>2</sup>		80%	80%	87%	65%

ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย พบว่า ด้านความคล่องตัวของธุรกิจ มีอิทธิพลต่อปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่มีผล ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย สูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.93 รองลงมา ด้านการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.66 ด้านสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.44 และด้านการยกระดับศักยภาพการผลิต มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.12 โดยผลการทดสอบยังพบว่า ด้านความคล่องตัวของธุรกิจ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อด้านการยกระดับศักยภาพการผลิตสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.89 รองลงมา ด้านการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.72 ด้านสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.38 การยกระดับศักยภาพการผลิตมีอิทธิพลต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.27 ตามลำดับ

## 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากการดำเนินการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย ผู้วิจัยสรุปประเด็นการอภิปรายรวม 7 ประเด็น ดังนี้

1. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยกระดับศักยภาพการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 คือ การยกระดับศักยภาพการผลิต จำเป็นต้องอาศัยความคล่องตัวของธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดผลสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Falasca, Zobel and Cook (2008) ความคล่องตัวของ

ธุรกิจ หนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในธุรกิจ คือ การสร้างเครือข่ายที่มีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วมากขึ้นในการเปลี่ยนแปลงจากภายในภายนอก การยกระดับศักยภาพการผลิตเป็นลักษณะที่ต้องการเวลาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจ

2. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 คือ ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น จะเป็นส่วนประกอบหลัก ๆ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมสามารถกลับคืนกิจกรรมหลักที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ ไม่ว่าจะเกิดผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่คาดคะเนได้หรือนอกเหนือจาก การคาดคะเน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ของ Christopher and Towill (2001) ผลกระทบจากภายนอกนั้นจะยังสามารถป้องกันหรือทำให้การดำเนินงานสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างรวดเร็ว โดยการร่วมมือของทั้งผู้จัดหาสินค้า ลูกค้าและบริษัท

3. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 คือ ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น ไม่ว่าจะ เป็นด้านการใช้ข้อมูลในปัจจุบันสามารถเพิ่มสมรรถนะระบบโซ่อุปทานได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามผลการศึกษาของ Christopher (2000) ซึ่งการนำการคล่องตัวของธุรกิจ มาประยุกต์ใช้กับการผลิตนั้นยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถของความเร็วในการจัดส่ง คุณภาพ ประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการจัดการธุรกิจ

4. ความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิต มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 4 คือ สมรรถนะระบบโซ่อุปทานเป็นการสะท้อนถึงระดับของการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบัน ซึ่งการแข่งขันนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดหาทั้งอุปสงค์และอุปทานในลักษณะที่อุปสงค์และอุปทานนั้นจะต้องได้รับการยกระดับศักยภาพการผลิต เมื่อเกิดเหตุไม่คาดหรือคาดการณ์ไว้แล้ว เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Christopher and Peck (2004) ออกกกำหนดให้เป็นความสามารถของระบบธุรกิจเพื่อลดความน่าจะเป็นของการหยุดชะงัก และเพื่อลดผลกระทบจากการหยุดชะงักและเพื่อลดเวลาในการกู้คืนประสิทธิภาพการทำงานตามปกติของธุรกิจ

5. การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 6 คือ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ เป็นลักษณะให้แต่ละธุรกิจในโซ่อุปทานนั้นสามารถดำเนินกิจกรรมหลักของโซ่อุปทานซึ่งจะส่งผลทางตรงต่อสมรรถนะระบบ โซ่อุปทานสอดคล้องกับผลการวิจัย Goyal and Pitt (2004) สมรรถนะระบบโซ่อุปทานเป็นลักษณะของการมีความยืดหยุ่นของการจัดการผลกระทบที่เกิดจากสภาวะภายนอกองค์กรเมื่อองค์กรนั้นสามารถจัดการกับสิ่งที่เข้ามากระทบได้โซ่อุปทานก็จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 คือ ลักษณะความสัมพันธ์ของการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น สามารถยกระดับของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้า การเติบโตของรายได้ หรือแม้กระทั่งความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กร ตามผลการศึกษาของ Lindström, and Aulin (2014) วัตถุประสงค์หลักของการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร เมื่อองค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผลการดำเนินการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจก็จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

7. สมรรถนะระบบโซ่อุปทานนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 8 คือ ความยืดหยุ่นอาจจะกำหนดเป็นความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบเล็กน้อยด้านค่าใช้จ่ายและผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ

กระบวนการตัดสินใจของเทคโนโลยีการดำเนินการ ในการควบคุมต้นทุนการจัดการโซ่อุปทานถูกมองในระยะยาวถึงศักยภาพในการบรรลุเปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันการจัดการโซ่อุปทานได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงบทบาทจากการให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายกลายเป็นการมีบทบาทเชิงรุกในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ponomarov and Holcomb (2009) ผู้จัดการได้รับการยอมรับว่าการสร้างโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ มีโอกาสที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

## 5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรวิเคราะห์การยกระดับศักยภาพการผลิต ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ เนื่องจากการพิจารณาเป็นรายคู่ของการมีอิทธิพลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยสาเหตุความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิตต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ การวิจัยครั้งต่อไป อาจจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิต ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโดยตรง

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำโมเดลและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำในธุรกิจอื่นๆ ในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นๆ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

## 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. สามารถนำหลักการพัฒนาศักยภาพความคล่องตัวของธุรกิจ ขององค์กรธุรกิจไปประยุกต์ใช้ ทำให้สามารถกำหนดทิศทางของธุรกิจและการจัดการการผลิต ให้สอดคล้องกับตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. สามารถสร้างแรงงานที่มีความรู้ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Start-up เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญและทักษะสูง ไปสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาการด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อยกระดับศักยภาพของธุรกิจเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

## เอกสารอ้างอิง

ทวีเกียรติ ประพฤทธิตระกูล. (2563). **ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี2556และแนวโน้มปี 2557**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อนงเยาว์ พูลเพิ่ม. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแอดวานซ์แพคเกจจิ้ง จำกัด**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Babaei, H., Ramesani, A., and Khanuki, A. A. (2013). Developing a model for agility of business organizations based on supply chain processes: A case study of automobile industry in Iran. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4), 750-759.

- Christopher, M. (2000). The agile supply chain: competing in volatile markets. **Industrial marketing management**, 29 (1), 37-44.
- Christopher, M. and Towill, D. (2001). An integrated model for the design of agile supply chains. **International journal of physical distribution and logistics management** 31(4), 235-246.
- Christopher, M., and Peck, H. (2004). The five principles of supply chain resilience. **Logistics europe**, 12(1), 16-21.
- Dekkers, A. H. (2006). Measuring the agility of networked military forces. **Journal of battlefield technology**, 9 (1), 19.
- Falasca, M., Zobel, C. W., and Cook, D. (2008). A decision support framework to assess supply chain resilience. In proceedings of **the 5th international ISCRAM Conference**, 596-605.
- Goyal, S., and Pitt, M. R. (2004). Business continuity planning as a facilities management tool. **Facilities**, 22 (3/4), 87-99.
- Gunasekaran, A., Patel, C. and McGaughey, R.E. (2004). A framework for supply chain performance measurement. **International journal of production economics**, 87(3), 333-347.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.Ç. (1998). **Multivariate data analysis**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 103-124.
- Lindström J., Samuelsson S., Hägerfors A., (2010). Business continuity planning methodology. **Disaster prevention and management**, 19(2), 243 – 255.
- Lindström, T., & Aulin, C. (2014). Market and technical challenges and opportunities in the area of innovative new materials and composites based on nanocellulose. **Scandinavian Journal of Forest Research**, 29 (4), 345-351.
- Mansfield, E. (1968). **Industrial research and technological innovation: An econometric analysis**. New York: W. W. Norton.
- Murphy and Cold. (2009). **Attitude**. Retrieved March 9, 2021 from <http://www.Novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>.
- Nohria, N., and Gulati, R. (1996). Is slack good or bad for innovation? **Academy of Management Journal**, 39(5), 1245-1264.
- Ponomarov, S. Y. and Holcomb, M. C. (2009). Understanding the concept of supply chain resilience. **The international journal of logistics management** 20(1), 124-143.
- Porter, M. E. (1985). **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. New York: The Free Press.
- Saunila, M. (2014). Innovation capability for SME success: Perspectives of Financial and operational performance. **Journal of Advances in Management Research**, 11(2), 163-17
- Utterback. (2015). **Quality Management**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.