



ปัจจัยด้านทรัพยากรและการจัดการความรู้ที่มีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของบริษัท ในอุตสาหกรรมพลาสติก

Factors of Resources and Knowledge Management Affecting Corporation Competitiveness in Plastic Industry

ศุภกร ลีมคุณธรรมโม

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000

E-mail : supakorn527@gmail.com

ประสพชัย พสุนนท์

สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของทรัพยากรและการจัดการความรู้ขององค์กรที่มีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริหารของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมพลาสติกที่มีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 200 ราย ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรด้านการตลาด การแสวงหาความรู้การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันปัจจัยเรื่องทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยด้านทรัพยากรทางกายภาพมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

คำสำคัญ : ทรัพยากร การจัดการความรู้ อุตสาหกรรมพลาสติก ความสามารถทางการแข่งขัน



Abstract

This study aims to study the factors of resources and knowledge management those affect corporation competitiveness in plastic industry by collecting data from 200 top executives working in rms that have over-50-million-baht registered capital . The results are Human resource, Marketing resource, Knowledge acquisition, Knowledge storage and Knowledge implementation positively affect corporation competitiveness. Financial resource, Intellectual property resource and Knowledge development don't affect it. Lastly, Physical resource negatively affects corporation competitiveness.

Keywords : Resource, Knowledge management, Plastic industry, Competitiveness

บทนำ

อุตสาหกรรมพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้มูลค่ากว่า 2.2 แสนล้านบาท และยังมีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการจำนวนมาก มีจำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมนี้กว่า 3,000 โรงงานทั่วประเทศ มีการจ้างแรงงานกว่า 350,000 คน (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2553)

ในระยะไม่ถึง 10 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์พลาสติกเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และได้กลายมาเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญใน 20 อันดับแรกของประเทศ โดยข้อมูล ณ ปี 2555 เม็ดพลาสติกเป็นสินค้าส่งออกอยู่ในอันดับที่ 4 มูลค่า 263,587.2 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์พลาสติกอยู่ในอันดับที่ 13 ของประเทศ มูลค่า 102,846.52 ล้านบาท (ระบบรายงานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทย, 2556)

แม้ว่าไทยจะมีมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์พลาสติกเพิ่มสูงขึ้น แต่เมื่อไปศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยพบว่า ในปัจจุบันกำลังประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ค่าแรงงานที่ปรับขึ้นแบบก้าวกระโดด อีกทั้งยังมีการแข่งขันด้านราคาจากประเทศคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนาม และมาเลเซีย ส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลาสติกลดลงเป็นอย่างมาก (คงศักดิ์ ดอกบัว, 2556)



ดังนั้น องค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่เสมอ ผู้บริหารต้องทำการศึกษาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำมาใช้ให้ทันกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะต้องต่อสู้กับคู่แข่งที่เขามีแล้ว ยังต้องมีการต่อสู้กับคู่แข่งรายใหม่ที่พยายามจะเข้ามาในตลาด นอกจากนั้นยังมีปัจจัยอีกหลายปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ รวมถึงเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาผู้บริหารจะต้องทำให้องค์กรเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด สิ่งหนึ่งที่จะทำให้องค์กรได้เปรียบทางการแข่งขัน นั่นก็คือทรัพยากร (Resources) (Wernerfelt, 1984: 171-180; Priem and Butler, 2001: 22-40) ทรัพยากรเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในองค์กร และทรัพยากรเหล่านั้นเป็นปัจจัยที่อยู่ในการควบคุมขององค์กร อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรก็คือ การจัดการความรู้ (Teece, 1998: 55-79; Saint-Onge, 1996: 10-14) ที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยด้านทรัพยากรพื้นฐานขององค์กร และการจัดการความรู้ที่มีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทในอุตสาหกรรมพลาสติก เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรให้เกิดการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันได้ดีขึ้นนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยของทรัพยากรและการจัดการความรู้ขององค์กรที่มีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านทรัพยากร

ในงานวิจัยนี้ได้จัดประเภทของทรัพยากรเป็น 5 ประเภท คือ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรด้านการตลาด และทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีความหมายดังนี้

1. ทรัพยากรมนุษย์

จากงานวิจัยพบว่าความรู้และประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ (Borch & Forsman, 2004: 65; Grant, 1996: 120-121) องค์กรที่พัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรจะเป็นองค์กรที่มีความยั่งยืน (Morin & Audebrand, 2003) นั่นแสดงว่า ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร



2. ทฤษฎีการทางกายภาพ

งานวิจัยนี้ได้กำหนดความหมายของทฤษฎีการทางกายภาพ หมายถึง การมีลักษณะทางกายภาพที่เอื้อประโยชน์ในการผลิต ได้แก่ การมีทำเลที่ตั้งของโรงงานที่ประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง การใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตที่ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำเลที่ตั้ง เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการ ผลักดันให้เกิดผลการประกอบการที่ดี (Coates & McDermott, 2002:435)

3. ทฤษฎีการด้านการเงิน

เงินทุนเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะการผลักดันกลยุทธ์ทางการตลาด (Morgan et al., 2004: 90-108) จากผลการศึกษาของ Kaleka (2002: 273-283) พบว่า ทฤษฎีการด้านการเงินมีผลในเชิงบวกในการบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. ทฤษฎีการด้านการตลาด

เป็นที่ประจักษ์จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาของ Day (1994: 37-52) ว่าทฤษฎีการด้านการตลาดมีคุณค่าต่อองค์กร ยกที่จะลอกเลียนแบบ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน นั่นคือ เมื่อ องค์กรมีทฤษฎีการด้านการตลาดที่ดี จะทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

5. ทฤษฎีการด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ในงานวิจัยนี้ ได้กำหนดความหมายของทฤษฎีการด้านทรัพย์สินทางปัญญา คือ การเป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับทางการค้า ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับ สูตร ส่วนผสม เทคนิควิธีการผลิต หรือการควบคุมคุณภาพ ที่องค์กรใช้เพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งความลับทางการค้าที่เป็นสูตร หรือเทคนิคการผลิตเฉพาะขององค์กร (Schroeder et al., 2002: 105) ที่ได้พัฒนาขึ้นมาให้เหมาะสมกับองค์กรนั้น ซึ่งนำไปสู่ความเป็นเอกลักษณ์ทำให้การลอกเลียนแบบทำได้ยาก (Hall, 1992: 136) เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ทรัพย์สินทางปัญญาถูกลอกเลียนได้ยาก คือ การได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (Hall, 1992: 136) คุณลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญานอกจากการลอกเลียนได้ยากแล้ว ยังมีคุณลักษณะของความหายากอีกด้วย ซึ่งเป็นคุณลักษณะของทฤษฎีการที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Barney, 1991: 106-107)



แนวคิดด้านการจัดการความรู้

จากการรวบรวมและศึกษาขั้นตอนของการจัดการความรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญหลายคนได้นิยามไว้ (Probst, 2002, Demarest, 1997, Turban et al., 2008) สามารถสรุปออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การแสวงหาความรู้ (Knowledge acquisition) คือ การนำเอาข้อมูลสารสนเทศและความรู้ที่มีอยู่ภายในและภายนอกองค์กรมาคัดกรองและนำมาสร้างคุณค่า เช่น การสอนงาน การฝึกอบรม การสัมมนา การประชุม การแสดงผลงาน ระบบพี่เลี้ยง การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติ การดำเนินการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ขององค์กร

2) การสร้างความรู้ใหม่ (Knowledge creation) คือ การสร้างสรรค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล โดยผ่านการผลักดัน การหยั่งรู้และเข้าใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง ซึ่งทุกคนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ใหม่ๆ เช่น การคิดค้นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับองค์กรได้

3) การจัดเก็บและสืบค้นความรู้ (Knowledge storage & retrieval) คือ การจัดเก็บความรู้ไว้เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเข้ามาสืบค้นได้ตามความต้องการ โดยต้องคำนึงถึงวิธีการเก็บรักษา ซึ่งแต่ละองค์กรจะต้องเก็บรักษาข้อมูลสารสนเทศและความรู้ไว้เป็นอย่างดีที่สุด ในการจัดเก็บนั้นสามารถบันทึกเป็นฐานข้อมูลหรือบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนได้

4) การถ่ายโอนความรู้และใช้ประโยชน์ (Knowledge transfer & utilization) คือ การกระจายความรู้และถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

แนวคิดด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในปัจจุบันวิธีการสร้างความมั่นคงและมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าที่เลียนแบบความสามารถของเรา ได้ เช่น นวัตกรรมระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันก็คือ ความรู้



(Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และจัดการความรู้ จนกลายมาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning organization) ให้ได้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอา ความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมี เพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป ความได้เปรียบ ทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กรทั้ง 3 ด้านคือ ขายสินค้าและให้ บริการที่ดีกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง (เสนาะ ดิยาวี, 2543)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Keskin (2006: 396-417) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการเรียนรู้ การจัดการการตลาด และนวัตกรรมกับความสามารถขององค์กรขนาดย่อมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ วิจัย กับผู้ตอบกลับจำนวนทั้งสิ้น 157 ราย ด้วยเทคนิคทางสถิติการวิเคราะห์ความตรงโมเดล โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Structural Equation Modeling-SEM) ในการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแตกต่างจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงไม่เหมาะสมอย่างยิ่งหากนำแนวคิดของวิสาหกิจขนาดใหญ่มาใช้ในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมการทำวิจัยที่สอดคล้องกับบริบทอย่างแท้จริงจะให้ผลการวิจัยที่สอดคล้องกับ สภาพการณ์มากกว่า ทั้งนี้ จากผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมองค์กรมีผลต่อความสามารถของ องค์กรซึ่งชี้วัดด้วยประสิทธิภาพทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการจัดการการเรียนรู้ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อนวัตกรรมองค์กร อย่างไรก็ตาม การจัดการการตลาดกับ การจัดการการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในการสนับสนุนนวัตกรรมองค์กร

Low, Chapman and Sloan (2008: 878-891) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่างนวัตกรรมกับการจัดการการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเป็นการวิจัย เชิงปริมาณ และส่งแบบสอบถามสู่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตชวบัตินี้ย ตอนใต้ซึ่งวิเคราะห์ด้วยเทคนิคสถิติสหสัมพันธ์กับจำนวนแบบสอบถาม 73 ชุดที่ส่งกลับคืน โดยสรุปผลได้ว่านวัตกรรมและการจัดการการตลาดต่างมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผล การดำเนินงานขององค์กรทั้งสิ้น โดยในการศึกษาผลการดำเนินงานขององค์กรจะชี้วัดด้วย ประสิทธิภาพทางการเงิน เช่นความสามารถในการบริหารสินค้าคงคลัง ความสามารถในการทำ กำไร อัตราผลตอบแทน เป็นต้น



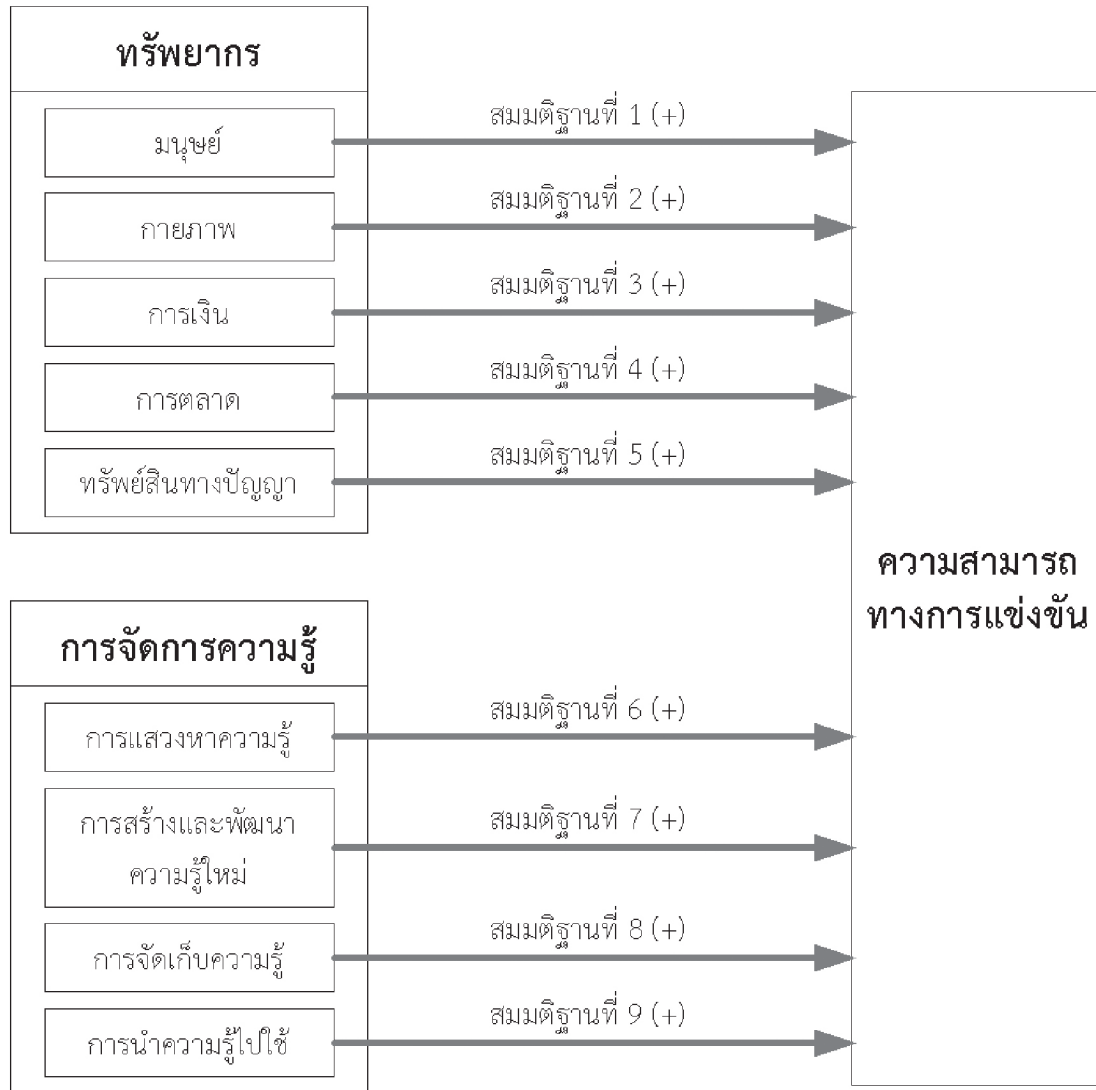
Haney (2003) ได้ศึกษาการจัดการความรู้มุมมองของระบบแบบเทคนิคเชิงสังคมในกรณีศึกษาของบริษัทให้คำปรึกษาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง มุมมองที่ทำการศึกษา ได้แก่ (1) ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน (2) การใช้งานเทคโนโลยี (3) กระบวนการต่าง ๆ ในองค์กร (4) วัฒนธรรมองค์กร และ (5) การมีปฏิสัมพันธ์ของวัฒนธรรมและกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กรในแต่ละระดับที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผลจากงานวิจัยพบว่า ประเภทของความรู้ที่ประเมินนั้นสามารถช่วยพนักงานทั้งทางด้านการปฏิบัติหน้าที่ การพัฒนาทางอาชีพการงาน และด้านที่เกี่ยวข้องกับนายจ้าง และลูกค้าด้วยเทคโนโลยี ที่ใช้มากที่สุดในการจัดการองค์ความรู้ ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การโต้ตอบแบบ เชนิชน้ำกัน และการใช้กระบวนการต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดการความรู้นั้น เป็นการ ผสมผสานของกระบวนการที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเข้าด้วยกัน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ปรากฏให้เห็นในระดับขององค์กรทั้งในระดับแผนก ระดับฝ่าย ระดับทีม และ ระดับบุคคล กระบวนการในองค์กรส่วนมากล้วนเป็นกระบวนการที่ไม่เป็นทางการและมักจะไม่ได้รับความร่วมมือจากระดับบริหาร ซึ่งนั่นทำให้กระบวนการส่วนมากประสบความสำเร็จในขีดพื้นที่จำกัด

จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทั้งทรัพยากรขององค์กรและการจัดการความรู้ต่างมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นอย่างมากนั่นเอง





กรอบแนวคิดของการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ทฤษฎีการมนุษย์ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน



- สมมติฐานที่ 2 : ทรัพยากรทางกายภาพที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 3 : ทรัพยากรด้านการเงินที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 4 : ทรัพยากรด้านการตลาดที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 5 : ทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 6 : การแสวงหาความรู้ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 7 : การพัฒนาและการสร้างความรู้ใหม่ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 8 : การจัดเก็บความรู้ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 9 : การนำความรู้ไปใช้ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทยที่มีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 387 ราย (ทำเนียบผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพลาสติก ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม 2555) และผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณตามสูตรของ Yamane ในการคำนวณโดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% (Yamane, 1973: 728) จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 197 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งทางไปรษณีย์ไปยังผู้บริหารของบริษัททั้ง 387 แห่ง และติดตามแบบสอบถามทางโทรศัพท์ จนได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์คืนจำนวน 200 แห่ง



แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มี 5 คำถาม ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานตำแหน่งงานในปัจจุบัน ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลทั่วไปของบริษัท มี 3 คำถาม ได้แก่ ชนิดของผลิตภัณฑ์ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจและยอดขายรวม ส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านทรัพยากร แบ่งเป็นคำถามด้านทรัพยากรมนุษย์ 4 ข้อ ด้านกายภาพ 2 ข้อ ด้านการเงิน 3 ข้อ ด้านการตลาด 2 ข้อ และด้านทรัพย์สินทางปัญญา 2 ข้อ และคำถามด้านการจัดการความรู้ขององค์กรแบ่งเป็นการแสวงหาความรู้ 4 ข้อ การพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ 4 ข้อ การจัดเก็บความรู้ 3 ข้อ การนำความรู้ไปใช้ 4 ข้อ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและความสามารถทางการแข่งขัน จำนวน 9 ข้อ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยวิธีการ IOC ได้ค่า IOC เฉลี่ยรายข้อ ระหว่าง 0.67 - 1.00 คะแนน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร 30 รายในอุตสาหกรรมอื่นๆที่มีใช้อุตสาหกรรมพลาสติก พบว่า คำถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ที่เป็นแบบประมาณค่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคแบบรายข้ออยู่ระหว่าง 0.784 - 0.859

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) นั่นคือ 1) ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน 2) ไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง (Multicollinearity) โดยตรวจสอบค่า VIF (Variance Inflation Factors) 3) ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยตรวจสอบด้วย Normal probability plot เมื่อข้อมูลมีคุณสมบัติสอดคล้องกับข้อกำหนด ผู้วิจัยก็ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม หลังจากได้ผลวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้นำผลไปยืนยันความถูกต้องด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 8 คน

ผลการวิเคราะห์

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 69.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคืออายุ 30-40 ปีคิดเป็น



ร้อยละ 32.5 และกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 30 ปีมีเพียงร้อยละ 5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 27.5 และจบสูงกว่าระดับปริญญาโทมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น มีประสบการณ์ในการทำงาน 11-15 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ 5-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 32.5 และต่ำกว่า 5 ปีมีเพียงร้อยละ 5.0 เท่านั้น ตำแหน่งงานในปัจจุบันคือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 69.5 และเป็นเจ้าของกิจการหรือกรรมการผู้จัดการร้อยละ 30.5

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 2 บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตพลาสติกเป็นแท่ง ท่อ หรือรูปทรงต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับใช้ในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และผลิตผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์กลาสมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.0 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ 1-5 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5 ยอดขายรวมของปีที่ผ่านมาของธุรกิจอยู่ระหว่าง 101-500 ล้านบาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 1,001- 5,000 ล้านบาทมีจำนวนน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้น

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของข้อมูลด้านทรัพยากรของบริษัทในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ตัวแปรด้านทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ทรัพยากรทางกายภาพ (PHY) ทรัพยากรด้านการเงิน (FIN) ทรัพยากรด้านการตลาด (MKT) ทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญา (INT) อยู่ในระดับสูงทั้งหมด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99, 3.98, 4.10, 3.62 และ 4.16 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของขั้นตอนด้านการจัดการความรู้ของบริษัทในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ตัวแปรด้านการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ (KND) การจัดเก็บความรู้ (KNS) การนำความรู้ไปใช้ (KNI) อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02, 3.70 และ 4.08 ตามลำดับ มีเพียงการแสวงหาความรู้ (KNA) ที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.34

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นของข้อมูลด้านความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.97$)



การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) นั่นคือ ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (linearity) ไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (multicollinearity) และข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรทั้ง 3 กลุ่ม

ตัวแปร	\bar{X}	SD	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน									
			1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	
1.1 HRM	3.99	0.60										
1.2 PHY	3.98	0.75	-0.09									
1.3 FIN	4.10	0.65	0.04	-0.03								
1.4 MKT	3.62	0.77	0.04	-0.02	-0.12							
1.5 INT	4.16	0.64	0.02	-0.08	-0.03	0.04						
2.1 KNA	3.34	0.74	-0.04	-0.13	-0.03	-0.02	-0.01					
2.2 KND	4.02	0.59	0.05	0.03	0.05	-0.03	-0.08	0.06				
2.3 KNS	3.70	0.69	0.07	0.01	0.00	0.08	-0.08	0.08	0.09			
2.4 KNI	4.08	0.56	-0.06	0.21**	0.05	0.12	0.11	-0.05	0.03	0.07		
3 COM	3.69	0.27	0.30**	0.29**	0.32**	0.36**	0.38**	0.25**	0.38**	0.34**	0.25**	

หมายเหตุ ** หมายถึง P-Value < 0.01

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งสิ้น จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเป็นพหุสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แล้วพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัวพบว่า ค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 2.864 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระ



แต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ และไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและผู้ใช้ใช้ Detrend Normal (p-p) Plot เพื่อตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูล พบว่า เป็นการแจกแจงแบบปกติ (ส่วนเบี่ยงเบนจากปกติมีค่าไม่เกิน ± 0.05)

หลังจากที่ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลว่าตรงตามข้อกำหนดเบื้องต้น (assumption) ของการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแล้ว จึงทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองที่สร้างจากกรอบแนวความคิดของงานวิจัยโดยใช้วิธี Stepwise ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefcients		Standardized Coefcients	t	Sig.
	Beta	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.737	.056		31.145	.000
KNA	.293	.019	.578	15.363	.000
KNI	.100	.042	.146	2.401	.017
MKT	.056	.017	.131	3.264	.001
KNS	.079	.032	.145	2.463	.015
PHY	-.061	.022	-.116	-2.708	.007
HRM	.076	.037	.120	2.048	.042

R	R Square	Adjusted R Square	Sig. (F-test)
.891	.794	.781	.000

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า มีตัวแปรที่ไม่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3 ตัวแปร คือ FIN, INT และ KND และมีตัวแปรที่มีผลกระทบในเชิงลบ ได้แก่ PHY โดยมีค่า Adjusted R²เท่ากับ 0.781 หมายถึง ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรตามได้ถูกต้อง 78.1%



ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานที่ 1, 4, 6, 8 และ 9 นั่นคือ ทรัพยากรมนุษย์ทรัพยากรด้านการตลาด การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ที่ดีตามการรับรู้ของผู้บริหารมีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ได้รับการสนับสนุน

การมีทรัพยากรและการจัดการด้านความรู้ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ 1) ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับ Galbreath (2005: 979-987) ที่พบว่า องค์การที่มีทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะมีความสามารถในการทำกำไรเหนือกว่าผลกำไร โดยเฉลี่ย 2) ทรัพยากรด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Galbreath (2005:979-987) และ Hooley et al. (2005 :18-27) ที่สรุปว่า ตราสินค้า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์การ และการมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด การเพิ่มยอดขาย และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์การ 3) การแสวงหาความรู้ซึ่งสอดคล้องกับ เพียงใจ บุสิกะพงษ์ (2550: บทคัดย่อ) ที่เสนอแนะว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการความรู้สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ควรทำการวางแผนสภาพจัดการความรู้ และจัดระบบสนับสนุนการแสวงหาความรู้ของพนักงาน 4) การจัดเก็บความรู้ซึ่งสอดคล้องกับ Richard Lewis (2004) ที่เสนอว่า องค์การต้องจัดการความรู้ให้เป็นระบบเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการนั่นเอง 5) การนำความรู้ไปใช้ซึ่งสอดคล้องกับ Richard Lewis (2004: Abstract) ที่สรุปว่า การที่ผู้ปฏิบัติงานนำความรู้จากคลังความรู้ขององค์การไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานในการตัดสินใจแก้ปัญหาและพัฒนาปรับปรุงองค์การเป็นการยกระดับความรู้และเพิ่มขีดความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การ

ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ทรัพยากรมนุษย์ เป็นหัวใจสำคัญในการประกอบการทุกรูปแบบ บุคลากรที่มีความสามารถและประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้้องค์การมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งสิ้น ในส่วนของทรัพยากรด้านการตลาดก็เป็นปัจจัยสำคัญในการนำส่งผลิตภัณฑ์ขององค์การไปสู่ผู้บริโภค การมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักย่อมสร้างโอกาสในการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนึกถึงเป็นอันดับแรก และองค์การยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้จากความมีชื่อเสียงและตราสินค้าที่อยู่ในใจของผู้บริโภค ส่วนเรื่อง



ของการจัดการด้านความรู้ ทั้งเรื่องการแสวงหาความรู้ การจัดการเก็บความรู้ การนำความรู้ไปใช้
ล้วนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในสังคมแห่งการแข่งขัน การเก็บเกี่ยวความรู้ที่มีอยู่อย่างมากมายในโลก
ปัจจุบัน จะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจด้วยความได้เปรียบเหนือคู่แข่งนั่นเอง

สมมติฐานที่ไม่ได้รับการสนับสนุน

สมมติฐานด้านการมีทรัพยากรและการจัดการด้านความรู้ที่ไม่ได้รับการสนับสนุน ได้แก่

1) ทรัพยากรทางกายภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Coates and McDermott (2002: 435-450) ที่ว่าเครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิต และเทคโนโลยีมีความสำคัญในการทำให้ผลประกอบการดี 2) ทรัพยากรด้านการเงิน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kaleka (2002: 273-283) ที่ว่า ทรัพยากรด้านการเงินมีผลในเชิงบวกในการบรรลุความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน 3) ทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Markmen et al. (2004: 529-544) ที่เสนอว่า ทรัพย์สินทางปัญญาทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้การลอกเลียนแบบทำได้ยากทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าองค์กรอื่น และทำให้องค์กรขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้ 4) การพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kwan (2009: 7441-7447) ที่สรุปว่า การสร้างความรู้สามารถอำนวยความสะดวกไปยังพนักงานในเวลาที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการสร้างและสนับสนุนความสามารถขององค์กรซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยนี้ไม่มีนัยสำคัญในการส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันยกเว้นทรัพยากรทางกายภาพที่แม้จะมีนัยสำคัญ แต่กลับเป็นผลกระทบด้านลบ

เมื่อได้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ทรัพยากรด้านการเงินไม่ได้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเท่าไรต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ เพราะระบบเศรษฐกิจมีความผันผวนค่อนข้างสูง เช่น ราคาทองคำเคยขึ้นราคาจำหน่ายถึง 25,000 บาทต่อน้ำหนักทอง 1 บาท แต่ก็กลับลดราคาเหลือ 18,000 บาทต่อน้ำหนักทอง 1 บาท ในช่วงเวลาไม่กี่เดือน หรือการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศจีน การแข็งค่าเงินบาท เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างผลกระทบในวงกว้างไม่ได้กระทบแต่เพียงธุรกิจการผลิตพลาสติกเพียงอุตสาหกรรมเดียว อีกทั้งบริษัทที่เก็บข้อมูลเป็นบริษัทขนาดใหญ่อยู่แล้ว (ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 50 ล้านบาทขึ้นไป) จึงมีเงินหมุนเวียนและฐานะทางการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงจนไม่รู้สึกลัว ทรัพยากรด้านการเงินเป็นปัจจัยที่ช่วยให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันประเด็นของทรัพยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ก็เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกัน สังคมไทยเป็นสังคมที่เน้นการนำองค์ความรู้มาใช้ผลิต



สินค้าสำเร็จรูปมากกว่าการพัฒนาขึ้นมาเอง องค์ความรู้และเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะรอให้ต่างประเทศพัฒนาและองค์การที่ซื้อเทคโนโลยีนั้นมาใช้โดยไม่ได้พัฒนาขึ้นมาเอง เมื่อเกิดความเสียหายชำรุดก็ต้องจ้างช่างจากต่างประเทศมาแก้ไข แม้ผู้ประกอบการจะทราบดี แต่ก็ไม่อยากเสี่ยงกับการวิจัยเพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ขึ้นมาเอง ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น กลัวความล้มเหลว เห็นว่าเป็นการลงทุนที่เห็นผลตอบแทนช้า เรื่องทรัพยากรทางกายภาพก็เช่นกัน เรื่องของคุณภาพและประสิทธิภาพการผลิตเป็นเรื่องปกติที่ต้องทัดเทียมคู่แข่งชั้นในระดับเดียวกันอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่ก็ใช้เทคโนโลยีที่ไม่แตกต่างกันมากนัก การลงทุนในทรัพยากรทางกายภาพอาจจะเป็นเรื่องเกินความจำเป็นหรือไม่ได้ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่าไรนัก ผู้ประกอบการเห็นว่า สามารถนำเรื่องการจัดการความรู้มาชดเชยในส่วนของการลงทุนในทรัพยากรทางกายภาพได้ ดังนั้น จึงทำให้ทรัพยากรทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

สำหรับสมการถดถอยเชิงพหุคูณทั้งสองสมการ จะเห็นได้ว่า สัมประสิทธิ์ของปัจจัยด้านการแสวงหาความรู้มีค่ามากที่สุด นั่นหมายความว่า หากสามารถจัดการเรื่องการแสวงหาความรู้ได้ดีก็จะเป็นการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการเอง ฉะนั้น ผู้ประกอบการควรเน้นไปที่การจัดการความรู้มากกว่าทรัพยากรต่างๆ โดยเฉพาะการแสวงหาวิทยาการใหม่ ๆ และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท

สำหรับองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ จะเห็นได้ว่า กระบวนการที่จำเป็นยังขาดการให้ความสำคัญอยู่ นั่นก็คือ การพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่เพราะการจัดการด้านความรู้ที่ดีจะต้องดำเนินการเป็นวัฏจักร เพื่อให้องค์ความรู้มีการเพิ่มพูนไม่หมดหายไป ดังนั้น บริษัทจะต้องเปลี่ยนทัศนคติเสียใหม่ การพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก แต่ต้องเริ่มจากการสร้างนิสัยใฝ่รู้เสียก่อน อาจเริ่มจากการใช้ระบบไอซีเอ็นภายในบริษัทหรือโรงงาน จะทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ได้ไม่ยากนัก

ผู้ประกอบการควรสร้างค่านิยมในการแบ่งปันความรู้ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ทั้งอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้าไปด้วยกัน การพัฒนาใดๆที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตก็ควรแบ่งปันกัน ควรจะร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มมากกว่าการขายเพียงแต่ผลิตภัณฑ์ที่



บริษัทอื่น ๆ ก็ทำได้ เช่น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ การสร้างตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เป็นต้น

สิ่งที่เป็นปัญหาอีกประการหนึ่งก็คือ การผลิตบัณฑิตหรือนุคลากรจากสถาบันการศึกษาที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การทำงานของบริษัท หลายๆ ครั้งที่บริษัทต้องฝึกงานพนักงานใหม่ทั้งหมด สถาบันการศึกษาและสถานประกอบการควรจะร่วมมือพัฒนาหลักสูตรอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ได้บุคลากรตรงตามความต้องการของสถานประกอบการมีการแลกเปลี่ยน เช่น การให้นักศึกษาเข้าไปฝึกงานหรือสหกิจศึกษา จะทำให้นักศึกษามีประสบการณ์การทำงานจริงและเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม หากผู้ประกอบการสามารถจัดการความรู้ได้ดีก็จะส่งเสริมให้ความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มตามขึ้นไปด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งอาจมีลักษณะแตกต่างกับบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมได้ จึงควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมพลาสติก เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากงานวิจัยได้กว้างขวางขึ้น
2. อุตสาหกรรมพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตพอสมควร ควรศึกษาในอุตสาหกรรมที่ลักษณะตามธรรมชาติที่แตกต่างออกไป เช่น อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันแตกต่างกันออกไป





บรรณานุกรม

- Barney, Jay. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Borch, J.O. & Forsman-Hugg, S. (2004). *Competitive positioning and resource conguration of small rms in mature industry*. Retrieved November 24, 2013, from Inter-RENT Online Publication. Website: http://www.ecsb.org/wp-content/uploads/2014/06/inter-rent_2004.pdf
- Coates, T.T., McDermott, C.M. (2002). An exploratory analysis of new competencies: a resource based view perspective. *Journal of Operations Management*, 20(5), 435-450.
- Day, George S. (1994). The Capabilities of Market-Driven Organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- Demarest, Marc (1997). *Knowledge Management: An Introduction*. Retrieved November 24, 2013, Website: www.noumenal.com/marc/km1.pdf
- Galbreath, J., (2005). Which resources matter most to rm success? An Exploratory Study of resource-Based Theory?. *Technovation*, 25(9), 979-987.
- Haney, D. (2003). *Knowledge management in a professional service rm*. Retrieved April 18, 2013, Website: <http://search.proquest.com/docview/305334057?accountid=32521>
- Hooley, G.J., Greenley, G.E., Cadogan, J.W., and Fahy, J., (2005). The performance impact of marketing resources. *Journal of Business Research*, 58(1), 18–27.
- Kaleka A., (2002). Resources and capabilities driving competitive advantage in export markets: guidelines for industrial exporters, *Industrial Marketing Management*, 31(3), 273-283.



- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model European, *Journal of Innovation Management*, 9(4), 396-417.
- Kwan Hee Han., Jun Woo Park (2009). Process-centered knowledge model and enterprise ontology for the development of knowledge management system, *Expert Systems with Applications* 36(4), 7441-7447.
- Low, David R., Chapman, Ross L. and Sloan, Terry R. (2008). Any requests?, *Monash business review*, 4(1), 28-29.
- Markman, G.D., Espina, M.I., & Phan, H.P. (2004). Patents as surrogates for inimitable and non-substitutable resources. *Journal of Management*, 30(4), 529-544.
- Morgan N. A., Kaleka A., Katsikeas C. S., (2004). Antecedents of export venture performance: a theoretical model and empirical assessment. *Journal of Marketing*, 68(1), 90-108.
- Morin, E. M., Audebrand, L. (2003). Organizational Performance and The Meaning of Work: Correcting for Restricted Range. Retrieved August 18, 2013, Website: http://www.researchgate.net/publication/228938395_ORGANIZATIONAL_PERFORMANCE_AND_MEANING_OF_WORK_CORRECTING_FOR_RESTRICTED_RANGE
- Priem, R., Butler, J. (2001). Is the Resource-based View a useful Perspective for Strategic Management Research?. *Academy of Management Review*, 26(1), pp. 22-40.
- Probst, G. (2002) *Managing Knowledge, Building Blocks for Success*. West Sussex: Wiley.
- Richard Hall. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13(2), 135-144.
- Richard Lewis Keyser. (2004). *Assessing the Relationship Between Knowledge Management and Plant Performance at the Tennessee Valley Authority*. Ph.D.Dissertation, University of Alabama, USA.



- Robert M. Grant. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17(Winter Special Issue), 109-122
- Saint-Onge, H. (1996). Tacit Knowledge. The Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital. *Strategy & Leadership*, 24(2), 10-14.
- Schroeder, R. G., Bates, K. A., and Junttila, M. A. (2002). A Resource-based View of Manufacturing Strategy and the Relationship to Manufacturing Performance. *Strategic Management Journal*, 23(2), 105-117.
- Teece, D. (1998). Capturing Value from Knowledge Assets: the New Economy, Markets for Know-how, and Intangible Assets. *California Management Review*, 40(3), 55-79.
- Turban, Efraim., Jay E. Aronson, Ting-Peng Liang, Ramesh Sharda (2008). *Decision Support Systems and Intelligent Systems*. 8th edition New Jersey: Prentice Hall
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Yamane, Taro (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. New York : Harper and Row Publication.
- เพียงใจ มุสิกะพงษ์. (2550). *สภาพการจัดการความรู้และความต้องการเพิ่มพูนความรู้สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรสำนักพัฒนาระบบบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เสนาะ ดิยาวี (2543). *หลักการบริหาร : การวางแผน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คงศักดิ์ ดอกบัว (2556). *ทิศทางอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกและแนวโน้มของโลก กรุงเทพฯ:สถาบันพลาสติก ระบบรายงานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทย*. (2556). สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2556, จากเว็บไซต์: <http://www.ops3.moc.go.th/>
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2553). *ทุ่มงบฯ 720 ล้าน ตั้งสถาบันพลาสติกหน่วยงานอิสระยกระดับสินค้ามูลค่าเพิ่ม 3.3 แสนล้าน*. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2556 จากเว็บไซต์: http://ftiweb.off.fti.or.th/industrialgroup/plastic/news_dt.asp?id=5619