

วิเคราะห์องค์ประกอบความได้เปรียบทางการ แข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา

Factor Analysis of Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises in Songkhla

วันที่รับบทความ : 04/02/2563
วันที่แก้ไขบทความ : 16/03/2563
วันที่ตอบรับบทความ : 20/03/2563

วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล¹ และ นุกูล ชื่นพัก²
Woraluck Lalitsasivimol¹ and Nukool Chinfuk²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลาและเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ จำนวน 396 ตัวอย่าง โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้จากแบบสอบถามและใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรม คุณภาพ การตอบสนองลูกค้า และประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 280.714 ค่าองศาอิสระ เท่ากับ 145 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 1.936 ค่า p-Value เท่ากับ 0.053 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน เท่ากับ 0.932 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบเท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ เท่ากับ 0.046 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ เท่ากับ 0.049 โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนทั้ง 4 องค์ประกอบมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในเกณฑ์ที่ดีเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ องค์ประกอบด้านนวัตกรรมมีค่าเท่ากับ 0.99 ด้านคุณภาพ มีค่าเท่ากับ 0.93 ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.91 และด้านประสิทธิภาพ มีค่าเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานภายในองค์กร เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจเอกชน องค์ประกอบ

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
Asst.Prof.Dr., Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้ช่วยคณบดี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
Asst.Prof.Dr., Assistant Dean, Faculty of Politics Science, Hatyai University

Abstract

This research aimed to study the confirmatory factor analysis of competitive advantage of private businesses and to examine the consistency of the relationship model developed with an empirical data. The sample consisted of 396 entrepreneurs with the purposive sampling method. Data collected by questionnaires and statistical program used to analyze the data. The results found that the model analysis of the second confirmatory factor of the competitive advantage of private businesses of four components such as innovation, quality, customer responsiveness, and efficiency included goodness of fit with the empirical data $X^2 = 280.714$, $df = 145$, $X^2/df = 1.936$, $p\text{-value} = 0.053$, $GFI = 0.932$, $CFI = 0.967$, $RMR = 0.046$, and $RMSEA = 0.049$. The competitive advantage of private businesses on four components were found from the high to low value as innovation at 0.99, quality at 0.93, customer responsiveness at 0.91, and efficiency at 0.77, respectively. Therefore, entrepreneurs should focus on the development of operational capabilities within the organization, to increase the competitive advantage to keep pace with the changing economic conditions at present.

Keywords: Competitive Advantage, Private Businesses, Factor Analysis

บทนำ

กรอบแนวทางที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ ยุกระดับผลิตภาพแรงงานและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล จากการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งครอบคลุมประชาคมโลกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจสังคม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สามารถเชื่อมโยงประเทศต่างๆ ในภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกันทำให้เกิดการเผยแพร่ของข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้รู้สึกเสมือนโลกไร้พรมแดน ผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนประสบกับความไม่แน่นอนเพิ่มมากขึ้น ต้องเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่แข่งขันอย่างรุนแรง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกภาคส่วน ผู้บริหารหรือผู้นำองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถขององค์กรให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความทันสมัยและความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น (Decharin, 2003; Santiwong, 2008)

จังหวัดสงขลา เป็นศูนย์กลางการลงทุนในอุตสาหกรรมทั้ง ภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคค้าส่งและค้าปลีก ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ย่อมมีความได้เปรียบมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นคล่องตัวสูง (Siri, 2014) จากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรจำแนกตามสถานภาพแรงงานในธุรกิจเอกชนจังหวัดสงขลา มีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 1,545,989 คนเป็นผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 1,241,304 คนจำแนกเป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน 892,766 คนผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงานจำนวน 348,538 คนโดยผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานจำแนกเป็นผู้มีงานทำ 868,080 คน (ร้อยละ 97.23) จำแนกเป็นผู้ที่ทำงาน

ในภาคค้าส่งและค้าปลีกจำนวน 156,005 คน (ร้อยละ 18.47) รองลงมาคือภาคการผลิตจำนวน 112,493 คน (ร้อยละ 13.32) และภาคการบริการ จำนวน 90,647 คน (ร้อยละ 15.00) (สำนักงานแรงงานจังหวัดสงขลา, 2558) จากข้อมูลดังกล่าวพนักงานหรือบุคลากรถือเป็นแรงงานที่เป็นปัจจัยการผลิตและทุนมนุษย์ที่สำคัญต่อการพัฒนาทั้งระดับส่วนย่อย (Micro) และระดับมหภาค (Macro) ของประเทศ โดยแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตขั้นต้น (Primary factor) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิต (Production Function) นอกเหนือไปจากปัจจัยที่ดิน ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ และเทคโนโลยี นอกจากนี้ แรงงานยังเป็นแหล่งสำคัญของการใช้จ่าย (Demand-side) หากการจ้างงานในประเทศอยู่ในอัตราสูง แรงงานมีคุณภาพและมีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่าย ก็จะช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ความเข้าใจและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในภาคแรงงานอย่างเหมาะสมและทันการณ์ จะช่วยลดปัญหาเชิงโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะช่วยเสริมศักยภาพการผลิตและการเติบโตของประเทศโดยรวม (Siksamat, 2012) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกจังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ในการวิจัย เนื่องจากจังหวัดสงขลา นับเป็นจังหวัดเศรษฐกิจจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ปัจจัยหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้กับจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ คือ ด้านข้ามพรมแดนต่างๆ ในพื้นที่ที่มีชายแดนติดกับประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ด้านสะเดา ด้านปาดังเบซาร์ และด่านประกอบ จังหวัดสงขลาที่มีลักษณะภูมิประเทศและทำเลที่ตั้ง รวมทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตามแนวคิดของ Porter (1980) สามารถนำมาวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การขายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า คือ การขายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่าง อาจแตกต่างในด้านคุณภาพ วัตถุดิบที่ใช้ เป็นต้น การขายสินค้าที่ถูกกว่าโดยจะต้องผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า โดยการเลือกใช้นวัตกรรมในการดำเนินงาน การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่างๆ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างสินค้าได้ถูกกลุ่มเป้าหมายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด หมายถึง สินค้าและบริการต้องพิเศษไปจากสินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่นไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและยินดีที่จะจ่ายซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น (Chaengploy & Jadesalug, 2016) ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าโดยที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Responsiveness) ที่เหนือกว่าคู่แข่งการสนับสนุนและเสริมสร้างความสามารถทั้ง 4 ด้านให้กับพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าจึงถือเป็นความสำเร็จหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรได้เป็นอย่างดี (Danthumrongkul, 2006) ดังนั้นในองค์กรที่ประสบความสำเร็จจึงมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้กับพนักงานที่เป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าให้สามารถที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาต่างๆรวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเหล่านั้นให้สามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและสิ่งที่จะมีผลตามมาคือผลการดำเนินงานขององค์กรที่จะมีระดับที่สูงขึ้นและประสบความสำเร็จในระยะยาว (Naweekarn, 2005)

ธุรกิจเอกชน หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจในการผลิตซื้อขายสินค้า (Products) หรือบริการ (Services) เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของสังคม (ลูกค้า) โดยหวังที่จะได้ผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงในการขาดทุนหรือไม่ได้ผลกำไร ตามต้องการ ผู้ประกอบการจึงต้องทุ่มเทเวลา ความพยายามและเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งแบ่งธุรกิจเป็น 3 ประเภทคือธุรกิจการผลิต (Manufacturing Business) ธุรกิจบริการ (Service Business) และธุรกิจการค้า (Trading Business) (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2014) แต่ธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่ในจังหวัดสงขลาก็ยังมีปัญหาและอุปสรรค คือ จำนวนธุรกิจที่เลิกกิจการไป มีอัตราการขยายตัวสูง ด้วยสาเหตุจากการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจที่เข้ามาจดทะเบียนใหม่ก็มีอัตราเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จก็ยังดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยมีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ เช่น ด้านการจัดการ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านบัญชี และการเงิน ด้านการผลิต ด้านการบริการและการค้า ด้านการตลาด เป็นต้น ทำให้เกิดการมีประสิทธิผลและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนซึ่งในการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางที่ดีสำหรับผู้ประกอบการนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาสินค้า/บริการ ตลอดจนบุคลากรในองค์กรและเป็นแนวทางสำหรับภาครัฐเพื่อนำไปปรับแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันซึ่งมีความสำคัญมากต่อผลประกอบการในอนาคตขององค์กร ทำให้องค์กรมีโอกาสในความก้าวหน้าในการสร้างทั้งกำไรในระยะสั้นและระยะยาวได้สูงกว่าคู่แข่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชน
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

บททวนวรรณกรรม

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ การพัฒนาและการค้นหาทรัพยากรในองค์กรที่คู่แข่งไม่มี หรือการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่คู่แข่งไม่สามารถกระทำได้ ให้เกิดเป็นสมรรถนะหลักหรือเป็นความสามารถที่โดดเด่นขององค์กร (Distinctive Competencies) ซึ่งจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อได้เปรียบดังกล่าวจะเป็นส่วนประสมที่จำเป็นต่อความสำเร็จ และการอยู่รอดในระยะยาวขององค์กร ที่องค์กรอื่นไม่มีหรือไม่สามารถเทียบเทียมได้ (Nonhnathorn, 2010; Nawikana, 2005; Sanguanwongwan, 2010; Robbins, 2005) นอกจากนี้มีนักวิชาการไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายที่อธิบายความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ชัดเจนขึ้น คือ การบรรลุข้อได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation) เช่นการมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่ง (Superior Quality) ทั้งคุณภาพในการใช้งาน ความคงทนถาวรมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า มีรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น และมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการใช้งานมากขึ้น (Saritvanit, 2010) การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง การตอบรับการเปลี่ยนแปลงและยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และการสร้างความแตกต่างด้านคุณลักษณะโดยจะต้องทำการศึกษาทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกก่อน เพื่อสร้างจุดแข็งและโอกาสให้มากที่สุด (Siriniran & Saichu, 2009) ความสามารถที่องค์กรดำเนินธุรกิจของตัวเอง

ได้ดีกว่าองค์กรอื่น นั่นคือทำกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรมนั้น หรือองค์กรสามารถสร้างให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรของตัวเองมากกว่าคู่แข่งขึ้น โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การมุ่งส่วนของตลาดที่เฉพาะเจาะจง การมุ่งการผลิตหรือช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Chatreewisit, Pujinda, Chutrakul, Jinanurak, Pluangkrasae & Ninju, 2010; Fuller, 2004)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ของ Danthumrongkul (2006 : 38) และ Matchuang (2014) พบว่า ในส่วนของการวัดตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการวัดความสามารถในการใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งขึ้นในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน แต่ได้สินค้าหรือบริการที่เท่ากันหรือมากกว่าคู่แข่งขึ้น เพื่อลดอัตราการสูญเสีย หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพเพื่อการบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ประสิทธิภาพจะถูกวัดในรูปต้นทุนเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้

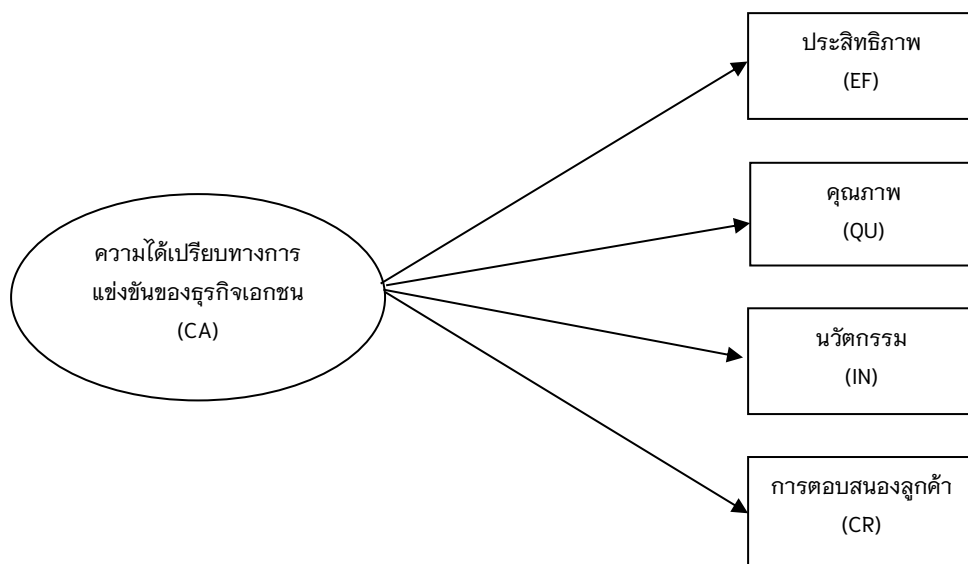
2. คุณภาพ (Quality) เป็นการวัดการจัดการระบบโดยที่บุคคลในองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่องานที่ตนเองกระทำอยู่อย่างเต็มที่เพื่อให้สินค้าและบริการขององค์กรเป็นไปตามข้อกำหนดและมีมาตรฐาน ตรงตามความต้องการของลูกค้าและตรงตามเป้าหมายองค์กร

3. นวัตกรรม (Innovation) เป็นการวัดการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการหรือกระบวนการใหม่ในการผลิตสินค้าหรือบริการรวมถึงการบริหารงานรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและองค์กร

4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เป็นการวัดการให้บริการสินค้าหรือบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพของสินค้า รูปแบบ ราคา และความรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจสูงสุด

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญมากต่อผลประกอบการในขนาดขององค์กร ทำให้องค์กรมีโอกาสในความก้าวหน้า ในการสร้างทั้งกำไรในระยะสั้นและระยะยาวได้สูงกว่าคู่แข่ง

การวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบเชิงยืนยันความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชน ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยตามแนวคิดของ Danthumrongkul (2006) ซึ่งตัวแปรที่ใช้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจเอกชน ประกอบด้วย 4 ด้านคือ 1. ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency: EF) 2. ด้านคุณภาพ (Quality: QU) 3. ด้านนวัตกรรม (Innovation: IN) และ 4. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Responsiveness: CR)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการจากธุรกิจภาคการผลิต ธุรกิจภาคบริการและธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง โดยส่งแบบสอบถามภาคธุรกิจละ 150 ชุด เพื่อให้เกิดการกระจายของข้อมูล ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 450 ชุด ได้กลับคืนมาจำนวน 396 ชุด คิดเป็นร้อยละ 88 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบวัดเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา จำนวน 5 ท่าน และคำนวณค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index) เท่ากับ 0.92 และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Internal Consistency Reliability) เท่ากับ 0.93 โดยแบ่งตามตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 ด้านคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 ด้านนวัตกรรม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 และด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 ในแต่ละข้อคำถามผู้วิจัยได้ประยุกต์จากงานวิจัยของ Danthumrongkul (2006) และ Matchuang (2014) ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บข้อมูล ดำเนินการลงพื้นที่จังหวัดสงขลาในการเก็บแบบสอบถามจากธุรกิจเอกชน โดยติดต่อทางโทรศัพท์ไว้ล่วงหน้าเพื่อขอเข้าเก็บข้อมูลจาก

ผู้ประกอบการการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยใช้โปรแกรม AMOS โดยมีการประมาณค่าพารามิเตอร์ ด้วยวิธีการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลตามสมการโครงสร้างตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้อง ได้แก่ ค่าสถิติไคสแควร์ (X^2) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (X^2/df) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximate: RMSEA)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจเอกชน จำนวน 396 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55.70 เพศหญิงร้อยละ 44.30 มีอายุมากกว่า 40 ปีร้อยละ 57.00 อายุ 30-40 ปีร้อยละ 29.50 และน้อยกว่า 30 ปีร้อยละ 13.50 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 48.00 สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 34.00 ต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 18.00 ประเภทของธุรกิจภาคการผลิตร้อยละ 34.10 ธุรกิจภาคบริการร้อยละ 33.80 ธุรกิจภาคการค้าร้อยละ 32.10 รูปแบบของธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวร้อยละ 54.60 ห้างหุ้นส่วนจำกัดร้อยละ 20.50 บริษัทจำกัดร้อยละ 24.90 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปีร้อยละ 38.90 น้อยกว่า 5 ปีร้อยละ 29.00 ระยะเวลา 5-10 ปีร้อยละ 32.10 จำนวนพนักงานมากกว่า 200 คนร้อยละ 9.60 จำนวน 51-200 คนร้อยละ 25.50 ไม่เกิน 50 คนร้อยละ 64.90

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองความได้เปรียบทางการแข่งขัน

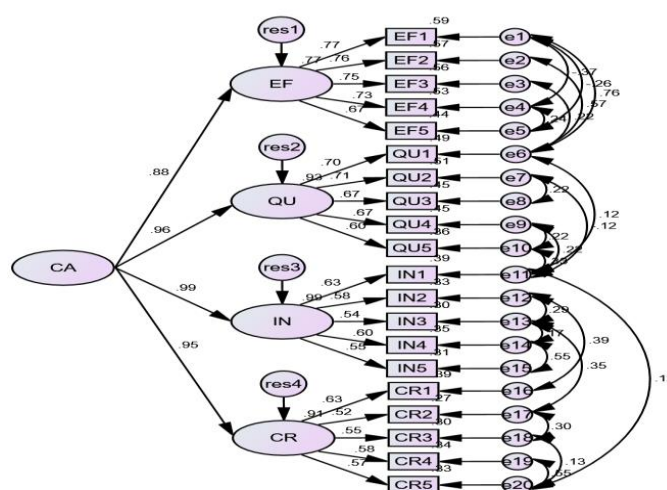
1. ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนทั้ง 4 องค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.88-0.99 โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ องค์ประกอบด้านนวัตกรรม ด้านคุณภาพ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านประสิทธิภาพ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งถ้าค่า AVE มากกว่า 0.50 แสดงว่า การวัดมีความตรง และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งถ้าค่า CR มากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Fornell & Larcker, 1981) ดังรายละเอียดแสดงตาราง 1

ตาราง 1 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ, AVE, CR

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ	R ²	AVE	CR
ด้านนวัตกรรม (IN)	0.99	0.99	0.55	0.92
ด้านคุณภาพ (QU)	0.96	0.93	0.54	0.91
ด้านการตอบสนองลูกค้า (CR)	0.95	0.91	0.51	0.90
ด้านประสิทธิภาพ (EF)	0.88	0.77	0.54	0.91
$\chi^2 = 280.714$, $df = 145$, $\chi^2/df = 1.936$, $p\text{-value} = 0.053$, $GFI = 0.932$, $CFI = 0.967$, $RMR = 0.046$, $RMSEA = 0.049$				

จากตาราง 1 พบว่า ด้านนวัตกรรม (IN) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.99 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.99 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ เท่ากับ 0.55 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ เท่ากับ 0.92 ด้านคุณภาพ (QU) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.96 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.93 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ เท่ากับ 0.54 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ เท่ากับ 0.91 ด้านการตอบสนองลูกค้า (CR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.95 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.91 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ เท่ากับ 0.51 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ เท่ากับ 0.90 และด้านประสิทธิภาพ (EF) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.77 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ เท่ากับ 0.54 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ เท่ากับ 0.91

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second-order Confirmatory Factor Analysis) เพื่อประเมินความเหมาะสมหรือสอดคล้องกลมกลืน (Assessment of Model Fit) ของข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดล



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติแสดงความสอดคล้องของโมเดลผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
อันดับที่สองความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา

ตัวชี้วัด	โมเดลผลการวิเคราะห์		เกณฑ์ที่ใช้ พิจารณา	อ้างอิง
	ค่าสถิติ ก่อนปรับ	ค่าสถิติ หลังปรับ		
ค่าองศาอิสระ (Df)	166	145	>0.00	Byrne (2005)
ค่า P-value	0.000	0.053	>0.05	Byrne (2005)
ค่าไควสแควร์สัมพัทธ์ (X^2/df)	6.875	1.936	<2.00	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI)	0.783	0.932	>0.90	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง	0.764	0.967	>0.90	Hair et al. (2010)
กลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)				
ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลัง	0.088	0.046	<0.08	Bentler and
สองของส่วนที่เหลือ (RMR)				Bonett (1980)
ดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการ	0.122	0.049	<0.08	Hair et al. (2010)
ประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA)				

จากภาพประกอบ 1 และตาราง 1 ผลการประมาณค่าโมเดลผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ในส่วนของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า Chi-square (X^2) มีค่าเท่ากับ 1141.270 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 166, X^2/df เท่ากับ 6.875 (ตามมาตรฐานควรน้อยกว่า 2), ค่าสถิติทดสอบ p-value เท่ากับ 0.000, GFI มีค่าเท่ากับ 0.783 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.900), CFI มีค่าเท่ากับ 0.764 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.900), RMR มีค่าเท่ากับ 0.088 และ RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.122 ตามลำดับ (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.800) ค่าดัชนีดังกล่าวบ่งชี้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับโมเดลตามทฤษฎีตามตาราง 1 พบว่า ไม่มีค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดที่สร้างตามสมมติฐาน (Hypothesized Model) ต้องมีการปรับโมเดลโดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ทำโดยพิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงทฤษฎีและอาศัยดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตาราง 1 พบว่าโมเดลที่ปรับใหม่ (Modified Model) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลผลการวิเคราะห์สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจาก ค่า Chi-square (X^2) มีค่าเท่ากับ 280.714, องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 145, X^2/df เท่ากับ 1.936 (ตามมาตรฐานควรน้อยกว่า 2), ค่าสถิติทดสอบ p-value เท่ากับ 0.053 (ตามมาตรฐานควรมากกว่า 0.05), GFI มีค่าเท่ากับ 0.932 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.900), CFI มีค่าเท่ากับ 0.967 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.900), RMR มีค่าเท่ากับ 0.046 และ RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.049 ตามลำดับ (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.800) หากพิจารณาค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 6 ค่า คือ X^2/df , p-value, GFI, CFI, RMR และ RMSEA จึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ซึ่งเป็นการยืนยันองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบรวมความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา พบว่า ด้านนวัตกรรม มีน้ำหนักความสำคัญสูงสุด (น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.99) และมีความผันแปรร่วมระหว่างองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ (R^2) ร้อยละ 99 สามารถสร้างสมการตัวบ่งชี้รวมได้ดังนี้

$$CA = 0.88EF + 0.96QU + 0.99IN + 0.95CR$$

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลดังนี้

การวิเคราะห์องค์ประกอบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลาสรุปได้ว่า องค์ประกอบมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านนวัตกรรม องค์ประกอบที่ 2 ด้านคุณภาพองค์ประกอบที่ 3 ด้านการตอบสนองลูกค้า และองค์ประกอบที่ 4 ด้านประสิทธิภาพ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

ด้านนวัตกรรม (Innovation : IN) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.99 เป็นการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการหรือกระบวนการใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ตลอดจนวิธีการบริหารงานรูปแบบใหม่ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในหมู่พนักงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและยังเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Katemanee, Lalitsasivimol, Thongpoon and Jankingthong (2018) กล่าวว่า ในปัจจุบันและอนาคตองค์กรจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในธุรกิจ การที่จะได้มาซึ่งนวัตกรรม ต้องเริ่มจากบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันเป็นทีม การบรรลุเป้าหมาย และนำไปสู่ความสำเร็จได้นั้น องค์กรจะต้องมีนวัตกรรมภายในองค์กรเพื่อเพิ่มคุณค่าในสินค้าและบริการ

ด้านคุณภาพ (Quality: QU) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.93 เป็นการวัดการจัดการระบบโดยที่บุคลากรที่มีความรับผิดชอบต่องานที่ตนเองกระทำอย่างเต็มที่ เพื่อให้สินค้าและบริการขององค์กรเป็นไปตามข้อกำหนดและมีมาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าและเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukprasert, Prachsriphum and Tantiset (2014) พบว่า องค์กรที่มีบุคลากรที่มีคุณภาพย่อมจะได้เปรียบกว่าองค์กรอื่นๆ ดังนั้นในทางปฏิบัติการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จย่อมจะต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเงื่อนไขต่างๆ รวมถึงค่านิยม ทัศนคติของบุคลากรในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญ และมีผลที่ว่า การพัฒนาบุคลากรในองค์กรเป็นกระบวนการที่จำเป็นต้องมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอนต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่มีนโยบายขององค์กร ในขณะที่เดียวกันองค์กรจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขปัญหาอุปสรรคขัดขวางการพัฒนาในองค์กร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสามารถดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายสูงสุด

ด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Responsiveness : CR) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.91 เป็นการให้บริการสินค้าหรือบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้ง

ด้านคุณภาพของสินค้า รูปแบบ ราคา และความเร็วในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดความประทับใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thonglo, Raksong and Erawan (2014) พบว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่ธุรกิจให้ความสำคัญ เพราะหากลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการ คุณภาพดี มีความปลอดภัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เกิดการซื้อซ้ำในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaihathep and Chapavang (2016) พบว่า ธุรกิจสามารถสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าทันเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency : EF) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.77 เป็นการวัดความสามารถในการใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน แต่ได้สินค้าหรือบริการที่เท่ากันหรือมากกว่าคู่แข่ง เพื่อลดอัตราการสูญเสีย หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ukenna, Carol and Olise (2010) พบว่า การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มขีดความสามารถเชิงกลยุทธ์ให้กับบุคลากร ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้น เนื่องจากองค์กรที่มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพย่อมสามารถปฏิบัติงานตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร ด้วยการรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งอาจต้องมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้แตกต่างไปจากเดิมให้มีคุณภาพและรวดเร็ว ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้องค์กรเจริญเติบโตในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ Sattakom, Jaranakaran and Sakonkaruehadet (2018) พบว่า องค์กรที่ประสบผลสำเร็จได้จากผลประกอบการและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีการลงทุนที่เหมาะสมทั้งภายในและภายนอก จะสามารถสร้างสภาพคล่องได้ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจเอกชนควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันในทุกด้าน เพราะหากองค์กรมีการพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรม ด้านคุณภาพ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านประสิทธิภาพเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจเอกชน ควรส่งเสริมด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านแผนการตลาด การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การเพิ่มยอดขายและลดต้นทุน การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ส่งผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ผู้วิจัยควรทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยใช้แบบจำลองจากการวิจัยครั้งนี้กับประชากรที่แตกต่างในแต่ละภาคธุรกิจและภูมิภาคของประเทศไทย เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานคร

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกต โดยเจาะจงที่กลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ชัดเจนและหลากหลายมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ที่ได้สนับสนุนทุนสำหรับการวิจัยครั้งนี้และขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*. 88, 588-600.
- Byrne, B.M. (2005). Factor analytic models: Viewing structure of an assessment instrument from three different perspectives. *Journal of Personality Assessment*. 85, 17-32.
- Chaengploy, W. & Jadesalug, V. (2016). Competitive advantage strategy in coffee shop business of retail entrepreneurs in Muang district, Ratchaburi province, *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1331-1349.
- Chaihathep, A. & Chapavang, K. (2016). Effects of logistic efficiency management's strategy on competitive advantage of the food industry in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 8(3), 170-179.
- Chatreewisit, R., Pujinda, S., Chutrakul, A., Jinanurak, N., Pluangkrasae, P. & Ninju, V. (2010). *Strategic management*. (2nd ed.). Bangkok: Thungsab Publisher.
- Danthumrongkul, W. (2006). *The heart of service to success*. Bangkok : SE-EDUCATION.
- Decharin, P. (2003). *Implementing balanced scorecard*. (2nd ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Department of Labor Protection and Welfare. (2014). *The number of businesses Songkhla province*. Retrieved from <http://eservice.labour.go.th/dlpwMapWeb/map/>
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18(3), 39-50.
- Fuller, T. (2004). *Corporate ethical futures responsibility for the shadow on the future of today's ethical corporations*. New York: John Wiley & Sons.

- Hair, Jr.J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New York: Pearson Prentice Hall, Harper Collins College.
- Katemanee, P., Lalitsasivimol, W., Thongpoon, S. & Jankingthong, K. (2018). Competitive advantage of SMEs in Thailand 4.0, *Journal of the Humanities and Social Sciences Mahasarakam*, 37(4), 245-256.
- Matchuang, O. (2014). The relationship between human capital management and competitive advantage of small and medium enterprises in northeast Thailand. *Journal of the Humanities and Social Sciences Mahasarakam*. 34(4) : 214-222.
- Naweeakarn, S. (2005). *Strategic management and business policy*. Bangkok : Bhannakij Press.
- Nawikana, S. (2005). *Strategic management and business policy*. Bangkok: Bhannakij.
- Nonhnathorn, P. (2010). *Corporate social responsibility management: Creating sustainable competitive advantage*. Bangkok: Thinkbeyond Book.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2014). *Promoting SMEs plan*. Retieved from www.sme.go.th/Pages/aboutSMEs/art_4.aspx.
- Robbins, S.P. (2005). *Essential of organizational behavior*. 8th ed. U.S.A: Pearson Education, Inc.
- Sanguanwongwan, W. (2010). *Management*. Bangkok: Pearson Education Indochaina Co., Ltd.
- Santiwong, T. (2008). *Personnel management*. (13th ed.). Bangkok : Thaiwattanapanit.
- Saritvanit, S. (2010). *Strategic management: Concept and theory*. Bangkok: Thammasat University
- Sattakom, T., Jaranakaran, S., & Sakonkaruehadet, K. (2018). The Effect of dynamic competitive advantage and business partnership strategy on SMEs success in Chainat province: The case of accomodation and restaurants business. *The Journal of Business Administration and Languages*, 6(2), 58-62.
- Siksamat, S. (2012). *Effects of minimum wage increase 300 Baht : Implementing general equilibrium model*. Bangkok : Bank of Thailand.
- Siri, P. (2014). The key success factors of small and medium enterprises (SMEs) entrepreneurs in Songkhla province. *SKRU Academic Journal*, 7(2), 53-64.
- Siriniran, S. & Saichu, P. (2009). *Corporate policy: Source and method of implementation*. Bangkok: Odeon Store.
- Sukprasert, S., Prachsriphum, S. & Tantiset, N. (2014). Effects of modern executive characteristics on operational success of accounting firms in Bangkok. *Journal of the Humanities and Social Sciences Mahasarakam*, 33(3), 191-199.
- Thonglo, J., Raksong, S. & Erawan, T. (2014). Effect of competitive advantage building orientation on operational success of garment manufacturing businesses in

Thailand. *Journal of the Humanities and Social Sciences Mahasarakam*. 33(1), 36–44.

Ukenna, S.I., N.A. Carol. & M.C. Olise. (2010). Effect of investment in human capital development on organizational performance: Empirical examination of the perception of small business owners in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 26(11), 93–107.

Vanichbuncha, K. (2007). *Statistics analysis : Statistics for administration and research*. (10th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press.