

การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจ

Synthesis of Factors Influencing Effectiveness of Organization in the Business Sector

นุชณา ณ พายัพ^{1*} และ วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง²

Nutsana Na Phayap^{1*} and Wiwat Jankingthong²

วันที่รับบทความ : 04/11/2564

วันแก้ไขบทความ : 27/12/2564

วันที่ตอบรับบทความ : 28/01/2565

บทคัดย่อ

งานฉบับนี้มุ่งศึกษาเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจ บนพื้นฐานของวรรณกรรมการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ล่าสุดขององค์กรในภาคธุรกิจ ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาตำรา เอกสาร และบทความจากฐานข้อมูลภายในประเทศและต่างประเทศ ระหว่างปี ค.ศ. 2017-2021 โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดในการทบทวนวรรณกรรมในประเด็น ประสิทธิภาพ ความสำเร็จ การแข่งขัน นวัตกรรม การจัดการทุนมนุษย์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โซเชียลมีเดีย และการปรับตัวของธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่าความสำเร็จมีประสิทธิภาพทางตรงต่อประสิทธิผล ทั้งยังพบว่านวัตกรรมมีประสิทธิภาพทางตรงต่อประสิทธิผล และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การจัดการทุนมนุษย์มีประสิทธิภาพทางตรงต่อประสิทธิผล และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผล โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผ่านนวัตกรรม ในส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรก็มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผล โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผ่านนวัตกรรม นอกจากนี้โซเชียลมีเดียก็ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันและผ่านนวัตกรรม ท้ายที่สุด ปัจจัยการปรับตัวของธุรกิจมีประสิทธิภาพทางตรงต่อประสิทธิผล และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันและผ่านนวัตกรรมด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพ, ความสำเร็จ, การแข่งขัน, นวัตกรรม

Abstract

This paper aim to synthesize factors influencing organizational effectiveness in the business sector based on the latest correlational research literature of business organizations. This research is documentary research using secondary data from the

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

PhD Student, Philosophy Program in Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Assistant Professor Dr., Program in Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

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

study of textbooks, documents, and articles from domestic and international databases during the years 2017- 2021. A literature review is on the issues of effectiveness, competitive advantage, innovation, human capital management, corporate social responsibility social media and business adaptation. The results showed that competitive advantage directly affects effectiveness. It was also found that innovation directly affects effectiveness and indirectly affect the effectiveness through competitive advantage. While human capital management directly affects the effectiveness and indirectly affects the effectiveness through competitive advantages and through innovation. Corporate social responsibility also directly affects its effectiveness and indirectly affect the effectiveness through competitive advantage and through innovation. In addition, social media has a direct effect on effectiveness and indirectly on effectiveness through competitive advantage and through innovation. Ultimately, the business adaptation factor directly affects its effectiveness and indirectly affect effectiveness through competitive advantage and through innovation as well.

Keywords: Effectiveness, Competitive Advantage, Innovation

บทนำ

องค์กรในภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (Seid & Laxmanan, 2019) ซึ่งจะเห็นได้จากการจ้างงานในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยในประเทศไทย ในปี 2563 มีจำนวนผู้ถูกจ้างงาน 12,714,916 คน ส่งผลทำให้เกิดรายได้รวม 8,698,857 ล้านบาท (The Office of SMEs Promotion, 2021) อย่างไรก็ตามภาคธุรกิจได้รับการระบุว่าเป็นหนึ่งในภาคที่มีความซับซ้อนทั้งในด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน และด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Luhtala, Välimäki, Eliasen & Tolvanen, 2021) ทั้งยังมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอน ทำให้องค์กรทางธุรกิจต้องเผชิญกับภาวะกดดัน และต้องพยายามปรับตัวหรือแก้ไขกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจยังสามารถดำเนินไปได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ (Akhtar, Awan, Naveed & Ismail, 2018) โดยหนึ่งในสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจในช่วงปี 2563-2564 คือ สถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในวงกว้าง ทำให้ระบบเศรษฐกิจโลกหดตัวรุนแรงเป็นประวัติการณ์ (Zarghami, 2021) แน่นอนว่าผลกระทบเหล่านี้สร้างความวิตกกังวลให้องค์กรในภาคธุรกิจ ที่ต้องคำนึงถึงความท้าทายจากสถานการณ์ในด้านต่าง ๆ มากมาย เช่น ด้านสุขภาพและความปลอดภัย การจัดการห่วงโซ่อุปทาน พนักงาน กระแสเงินสด ความต้องการของผู้บริโภค การขาย และการตลาด อย่างไรก็ตามการประสบความสำเร็จในระยะสั้น ๆ จากความท้าทายเหล่านี้ไม่สามารถรับประกันอนาคตที่สดใสได้ ๆ ขององค์กรในภาคธุรกิจได้เลย เพราะเมื่อผ่านโรคระบาดนี้ไปได้ วงการธุรกิจจะปรากฏตัวในโลกที่ต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิงเมื่อเทียบกับโลกก่อนเกิดการระบาด (Schmid Raju & Jensen, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Carracedo, Puertas and Marti (2021) ที่ระบุว่าองค์กรทางธุรกิจต้องมีความพยายามอย่างหนักที่จะเอาชนะคำสั่งซื้อที่ลดลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงความกดดันจากต้นทุนที่ไม่เพียงแต่มาจากค่าเช่า ค่าจ้าง และภาษีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ เนื่องจากการที่ซัพพลายเออร์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Carracedo, Puertas & Marti, 2021) ในทางกลับกันเมื่อมีองค์กรที่ได้รับผลกระทบจนต้องปิดตัว หรือเลิกจ้างพนักงาน กลับมีบางกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างไม่

เคยปรากฏมาก่อน จากผลกระทบของ Covid-19 เช่น ธุรกิจการสื่อสารออนไลน์ ความบันเทิงออนไลน์ และการซื้อของออนไลน์ (Donthu & Gustafsson, 2020) จากข้อมูลยังพบอีกว่าผลกระทบของการระบาด ทำให้ประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลางได้รับผลกระทบรุนแรงกว่ากลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง (Schmid Raju & Jensen, 2021) จากสภาพความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบ ส่งผลให้ในปี 2563 มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยเลิกประกอบกิจการจำนวน 20,920 ราย โดยมีมูลค่าทุนที่เลิก 91,859 ล้านบาท ซึ่งสัดส่วนที่เลิกกิจการมีมากถึง 33% จากจำนวนที่จัดตั้งใหม่ในปีเดียวกัน (Department of Business Development, 2021) โดยหนึ่งในวิธีการที่จะทำให้องค์กรในภาคธุรกิจดำรงอยู่ได้ในทุกสภาวะการณ์ คือการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพองค์กร (Akhtar, Awan, Naveed & Ismail, 2018)

จะเห็นได้ว่าประสิทธิผลเป็นหัวใจสำคัญของการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนขององค์กรในภาคธุรกิจ ทั้งยังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก เพราะประสิทธิผลสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ (Seid & Laxmanan, 2019) ซึ่งการจะได้มาซึ่งประสิทธิผลนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน (Manoharan & Singal, 2019) เช่น ด้านกลยุทธ์ ด้านการจัดการบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี หรือแม้แต่ด้านการปรับตัว โดยต้องมีการประเมินสถานการณ์และปรับองค์กรให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที และเมื่อทุกกระบวนการที่กล่าวมาแล้วนั้นมีการดำเนินงานตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ จะทำให้องค์กรนั้นเกิดประสิทธิผลในการดำเนินงานในที่สุด (Akhtar, Awan, Naveed & Ismail, 2018) ดังนั้น การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก (Manoharan & Singal, 2019; Seid, & Laxmanan, 2019) และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในภาคธุรกิจที่จะสามารถนำข้อมูลการสังเคราะห์ปัจจัยไปปรับใช้เพื่อให้องค์กรบรรลุประสิทธิผลตามต้องการ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา นักวิชาการ หรือนักวิจัยที่จะนำผลการสังเคราะห์ปัจจัยนี้ไปพัฒนา ต่อยอดงานวิจัยในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจ

บททวนวรรณกรรม

ประสิทธิผล เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและมีพัฒนาการมาอย่างยาวนาน โดยจุดเริ่มต้นของการใช้คำนี้เกิดขึ้นจากนักวิชาการตะวันตกเมื่อประมาณต้นทศวรรษ 1930 ทั้งนี้แนวคิดประสิทธิผลนับได้ว่าเป็นแนวคิดที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนองค์กรในภาคธุรกิจ และสิ่งสำคัญที่ทำให้ประสิทธิผลมีความสำคัญและได้รับความสนใจอย่างมากจากวงการธุรกิจ เนื่องจากประสิทธิผลเป็นผลลัพธ์ของการดำเนินการขององค์กรหรือกล่าวได้ว่าประสิทธิผลเป็นหัวใจขององค์กรนั่นเอง (Choothong & Orawongsuphatat, 2018) แน่นนอนว่าการจะได้มาซึ่งประสิทธิผลขององค์กรนั้นย่อมมาจากสภาพการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นสำคัญ (Gibson, John & James, 1982) โดยงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาประสิทธิผลขององค์กร พบว่าประสิทธิผลขององค์กรคือความสามารถในการดำเนินงานที่จะทำให้องค์กรก้าวไปถึงผลลัพธ์ที่ได้ตั้งไว้ ดังนั้นหากธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้แล้วนั้น ธุรกิจก็จะมีประสิทธิผลไปด้วย (Mwai, Namada & Katuse, 2018) ประสิทธิผลจึงหมายถึงผลจากการกระทำต่าง ๆ ที่มุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

และบรรลู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต่าง ๆ ที่ตั้งไว้นั้นเอง (Manoharan & Singal, 2019; Sadq, Ahmad & Jwmaa, 2019; Muslim et al., 2020)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เกิดจากการที่องค์กรมีการชิงไหวชิงพริบในด้านต่าง ๆ กับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ (GS, Kurniasih, Reni, Istanti, Zuhroh & Qomariah, 2019) โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญในการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรเป็นสำคัญ (Lalitsasivimol & Chinfuk, 2020) นอกจากนี้ Singjai, Winata and Kummer (2018) ยังได้กล่าวว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันคือความสามารถของธุรกิจในการลดต้นทุน ซึ่งข้อดีคือช่วยให้ธุรกิจสามารถขายสินค้า/บริการในราคาที่ถูกลงกว่าเดิม เพราะต้นทุนการผลิตสินค้า/บริการขององค์กรต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันนั่นเอง (Bai & Yan, 2020) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ระบุว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือการที่ธุรกิจพยายามสร้างความแตกต่างไปจากคู่แข่ง รวมทั้งการพยายามทำให้ธุรกิจมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ (Porter, 1985) ในขณะที่ธุรกิจที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในทุกสถานการณ์หรือตามกระแสที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที จะทำให้ธุรกิจได้กลุ่มลูกค้าใหม่และยังคงรักษาลูกค้าเดิมให้เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการอยู่อย่างต่อเนื่อง (Potjanajaruwit, 2018) ทั้งยังเป็นการตอกย้ำความได้เปรียบทางการแข่งขัน และส่งผลให้ธุรกิจไปอยู่ในจุดที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดมากยิ่งขึ้น (Rua et al., 2018; Anwar, 2018; Potjanajaruwit, 2018; Sultan, Ameen, Murtaza, Jafar & Jamal, 2021)

นวัตกรรม สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น โลกาภิวัตน์และการแข่งขันที่ล้นแถมมีอิทธิพลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งวิวัฒนาการของการพัฒนาธุรกิจโดยปกติจะควบคู่ไปกับระดับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอสู่ตลาด และแน่นอนว่าความสามารถในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญของธุรกิจสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ((Hanif & Asgher, 2018; Kitsios & Grigoroudis, 2020) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีนวัตกรรมของ Schumpeter ที่ได้ให้นิยามนวัตกรรมว่าเป็นการกระทำเพื่อนำสิ่งประดิษฐ์ออกสู่ตลาดเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า ซึ่งในทฤษฎีนวัตกรรมนี้ยังระบุว่านวัตกรรมควรให้ความสำคัญใน 5 เรื่อง ได้แก่ 1) การปรับโครงสร้างหรือการพัฒนาองค์กร 2) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ 3) การสร้างหรือแนะนำกระบวนการผลิตใหม่ 4) การสร้างตลาดใหม่ และ 5) การพัฒนาอุปทานของตลาดใหม่ (Schumpeter, 1934) ซึ่งองค์กรที่มีนวัตกรรมจะเป็นการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจไปด้วยเช่นกัน (Katemanee, Wangbenmad, Lalitsasivimol & Jankingthong, 2021) นอกจากนี้ Damanpour และ OECD ได้กล่าวว่านวัตกรรมหมายถึงความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ทั้งยังครอบคลุมไปถึงการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหาร (Damanpour, 1991; OECD, 2019) โดยงานวิจัยทางด้านนวัตกรรมยังได้ระบุความหมายของนวัตกรรมไปในทิศทางเดียวกันว่านวัตกรรมคือการนำเสนอสิ่งใหม่หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้วให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งโดยปกติแล้วการได้มานวัตกรรมมักเกิดจากเจ้าของธุรกิจรวมทั้งพนักงานทุกระดับ (Anser, Zhang & Kanwal, 2018; Patky & Pandey, 2020; Boh et al., 2020)

การจัดการทุนมนุษย์ การจัดการทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรในภาคธุรกิจเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ได้วางไว้ (Hidayat & Latief, 2018) โดยทฤษฎีการจัดการทุนมนุษย์ได้ให้ความสำคัญไปที่การจัดการความสามารถและทักษะของบุคลากร ที่จะนำมาซึ่งการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร (Becker, 2009) นอกจากนี้ Czerniej (2018) ได้ให้ความหมายการจัดการทุนมนุษย์ว่า

เป็นกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เกิดขึ้นในธุรกิจ โดยคนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อธุรกิจและควรค่าแก่การลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับ Dahash and Dirawi (2018) และ Wong, Anderson and Bond (2019) ที่ได้ให้ความหมายการจัดการทุนมนุษย์ว่าเป็นการปฏิบัติทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับคนในธุรกิจ ที่รวมถึงระบบและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การคัดเลือก การพัฒนา การปรับใช้ และการจัดการทั่วไปของผู้บริหารขององค์กรโดย Cahyaningsih, Sensuse, Arymurthy and Wibowo (2017) ได้ระบุว่าองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการทุนมนุษย์ประกอบไปด้วย การวางแผน การสรรหาและการคัดเลือก การพัฒนาและการฝึกอบรม การรักษาพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน การมีส่วนร่วมและการให้รางวัล

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยแนวความคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในช่วงทศวรรษที่ 1930 ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับความสนใจจากสถาบันการศึกษา รวมถึงองค์กรในภาคส่วนต่าง ๆ เป็นอย่างมาก (Carroll, 1983) โดยเฉพาะในภาคธุรกิจที่ต้องการการมีบทบาทและได้รับการยอมรับจากสังคม (Park, 2020) เพราะหากธุรกิจใดไม่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมในไม่ช้าธุรกิจนั้นจะไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ (Singh & Verma, 2018) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ระบุว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรคือความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรในภาคธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ชุมชน สังคม และลูกค้า (Freeman, 1984) นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Baniya and Rajak (2020) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในกลุ่มการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรว่าเป็นการกระทำที่มุ่งตอบสนองสังคม การเคารพต่อสิทธิของลูกค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดของรัฐบาล หรือกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ได้ถูกกำหนดไว้จากชุมชน สังคม หรือสถานที่นั้น ๆ

โซเชียลมีเดีย เกิดขึ้นจากความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่อธิบายว่าการแลกเปลี่ยนในสังคมจะเกิดขึ้นได้เมื่อทั้งกลุ่มและบุคคลได้รับมูลค่าจากการเข้าร่วมในการแลกเปลี่ยน (Blau, 1964) โดยปัจจุบันมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียพันล้านคนทั่วโลก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้โซเชียลมีเดียในการเข้าถึงข้อมูลโดยเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมงต่อวัน (Na Ayudhya & Chaihanak, 2020) โดยที่โซเชียลมีเดียเป็นกลุ่มของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่ถูกสร้างขึ้นจากรากฐานเทคโนโลยีของ Web 2.0 และอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าโซเชียลมีเดียคือสื่อสำหรับผู้บริโภคซึ่งครอบคลุมถึงแหล่งข้อมูลออนไลน์ใหม่ ๆ ที่สร้างและใช้โดยผู้บริโภค ทั้งยังมีเจตนาที่จะแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อใด ๆ ที่สนใจ โซเชียลมีเดียประกอบไปด้วย แอปพลิเคชันออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม บล็อกฟอรัม ไมโครบล็อก การแชร์รูปภาพ การแชร์วิดีโอ การรีวิวผลิตภัณฑ์/บริการ (Mention, Barlatier & Josserand, 2019) การใช้โซเชียลมีเดียจะช่วยให้ธุรกิจสามารถติดต่อและประสานงานกับลูกค้าได้โดยง่ายผ่านแพลตฟอร์มของเครือข่ายโซเชียลแบบโต้ตอบ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเกิดความได้เปรียบในด้านการสื่อสาร เพื่อให้ทันกับสถานการณ์การแข่งขันของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Bakri, 2017) โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันโซเชียลมีเดียที่ได้รับความสนใจจากเจ้าของกิจการเพื่อนำมาเป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ และอินสตาแกรม เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพดี (Tajvidi & Karami, 2017; Chen & Lin, 2021) และถือเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทในการช่วยเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตมากยิ่งขึ้น (Gümüş & Kütahyalı, 2017)

การปรับตัวของธุรกิจ การปรับตัวเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จของธุรกิจ (Smith & Webster, 2018; Riyanto & Hapsari, 2020) โดยในทฤษฎีองค์การตามสถานการณ์ ได้ระบุว่า องค์การที่เหมาะสมควรมีโครงสร้างและระบบที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Donaldson, 2001) การปรับตัวของธุรกิจจึงหมายถึงความสามารถของธุรกิจในการรับรู้และตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยได้พยายามทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่าง รวดเร็วและปรับธุรกิจของตนให้มีความยืดหยุ่นพร้อมรับกับทุกเหตุการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น สถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของตลาด เทคโนโลยี การเมือง (Ogunkoya, 2018; Munawar, 2019) รวมทั้งการปรับวิธีการปฏิบัติงาน หรือการปรับกลยุทธ์เพื่อให้มีความสอดคล้องและพร้อมรับการ เปลี่ยนไปทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ (Adomako, 2018) ทั้งนี้การปรับตัวของธุรกิจสามารถกระทำ ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หรือการแก้ไขผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาด ซึ่งไม่ว่า จะเลือกใช้รูปแบบใดในการปรับตัว ธุรกิจต้องกระทำอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อสภาวะตลาดที่ เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น ประสิทธิภาพการส่งออกของธุรกิจเพิ่มขึ้นเมื่อฝ่ายบริหารปรับผลิตภัณฑ์/ บริการให้สอดคล้องกับบริบทและตรงกับความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศ (Ahn, 2017)

ระเบียบวิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยจากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในช่วงปี ค.ศ. 2017-2021 โดยมีแนวทางในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน นวัตกรรม การจัดการทุนมนุษย์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โซเชียลมีเดีย และการปรับตัวของธุรกิจ จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพ (Yang, Ishtiaq & Anwar, 2018; Anwar, 2018; Khan, Yang & Waheed, 2019; Udriyah, Tham & Azam, 2019; Feizabadi, Dligor & Motlagh, 2019; Ferreira & Coelho, 2020; Mohammad & Wasiuzzaman, 2021) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Enterprise risk management practices and firm performance, the mediating role of competitive advantage and the moderating role of financial literacy	Yang, Ishtiaq & Anwar, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ
2. Business model innovation and SMEs performance—does competitive advantage mediate	Anwar, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
3. Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance	Khan, Yang & Waheed, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
4. The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs	Udriyah, Tham & Azam, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
5. The triple-As supply chain competitive advantage	Feizabadi, Dligor & Motlagh, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
6. Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation	Ferreira & Coelho, 2020	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
7. Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure competitive advantage and performance of firms in Malaysia	Mohammad & Wasiuzzaman, 2021	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure competitive advantage and performance of firms in Malaysia			

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่านวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Rosman, Suffian, Marha, Sakinah & Mariam, 2018; Rojas, Moreno & Morales, 2019; Savitri, DP & Syahza, 2021) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Udriyah, Tham & Azam, 2019) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรนวัตกรรม

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Moderating effect of innovation on human capital and small firm performance in construction industry: The Malaysia case	Rosman, Suffian, Marha, Sakinah & Mariam, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล

ตารางที่ 2 (ต่อ)

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
2. Fostering Corporate Entrepreneurship with the use of social media tools	Rojas, Moreno & Morales, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
3. Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance	Savitri, DP & Syahza, 2021	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
4. The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs	Udriyah, Tham & Azam, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผล โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Ruíz, Gutiérrez, Caro & Navarro, 2017; Sirito & Piromruen, 2018) และนอกจากนี้ยังพบว่า การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sadq, Aljaf & Hasan, 2018; Sultan, Ameen, Murtaza, Jafar & Jamal, 2021) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Udriyah, Tham & Azam, 2019) ในขณะที่การจัดการทุนมนุษย์ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม (Nieves and Quintana, 2018) และนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Rangus & Slavec, 2017) จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงบ่งชี้ได้ว่า การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผ่านนวัตกรรม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรการจัดการทุนมนุษย์

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Linking an unlearning context with firm performance through human capital	Ruíz, Gutiérrez, Caro & Navarro, 2017	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
2. Human Capital Development according to Good Governance that Promotes Effectiveness of Private Schools in the Northeast	Sirito & Piromruen, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
3. The role of human capital in achieving competitive advantages: An empirical study at knowledge private university/Erbil, Iraq	Sadq, Aljaf & Hasan, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 3 (ต่อ)

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
4. Human Capital as Competitive Advantage: Empirical Evidence from Entities of Pakistan	Sultan, Ameen, Murtaza, Jafar & Jamal, 2021	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
5. The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs	Udriyah, Tham & Azam, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ
6. Human resource practices and innovation in the hotel industry: The mediating role of human capital	Nieves and Quintana, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม
7. The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance	Rangus & Slavec, 2017	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Anser, Zhang & Kanwal, 2018; Villegas, García & Florencio, 2018; Jang et al, 2019) นอกจากนี้ยังพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Khan, Yang & Waheed, 2019) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021) จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงบ่งชี้ได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านนวัตกรรม (Conesa, Acosta & Manzano, 2017) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable development	Anser, Zhang & Kanwal, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ
2. The role of sustainable development and innovation on firm performance	Villegas, García & Florencio, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4 (ต่อ)

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
3. CSR, social ties and firm performance	Jang et al, 2019	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ
4. Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance	Khan, Yang & Waheed, 2019	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรมีอิทธิพล ทางตรงต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน
5. Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure competitive advantage and performance of firms in Malaysia	Mohammad & Wasiuzzaman, 2021	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการ แข่งขันมีอิทธิพลทางตรง ต่อประสิทธิภาพ
6. Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: Empirical research in SMEs	Conesa, Acosta & Manzano, 2017	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรมีอิทธิพล ทางอ้อมต่อประสิทธิภาพ โดยผ่านนวัตกรรม

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าโซเซียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Odoom, Dorson & Acheampong, 2017; Famiyeh, 2017; Rashid, Niazi & Khan, 2020; Yan, 2020) นอกจากนี้ยังพบว่า โซเซียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Chen and Lin, 2021) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Feizabadi, Dligor & Motlagh, 2019) ในขณะที่โซเซียลมีเดียยังมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม (Oliveira, Indulska, Steen & Verreynne, 2019; Zubielqui & Jones, 2020) และนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Savitri, DP & Syahza, 2021) จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงบ่งชี้ได้ว่า โซเซียลมีเดียมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผ่านนวัตกรรม ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรโซเซียลมีเดีย

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Antecedents of social media usage and performance benefits in small- and medium-sized enterprises (SMEs)	Odoom, Dorson & Acheampong, 2017	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ
2. Corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence	Famiyeh, 2017	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ
3. Investigating the Antecedents and Impact of Social Media Usage on the Performance of Women-owned SMEs in Pakistan	Rashid, Niazi & Khan, 2020	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ

ตารางที่ 5 (ต่อ)

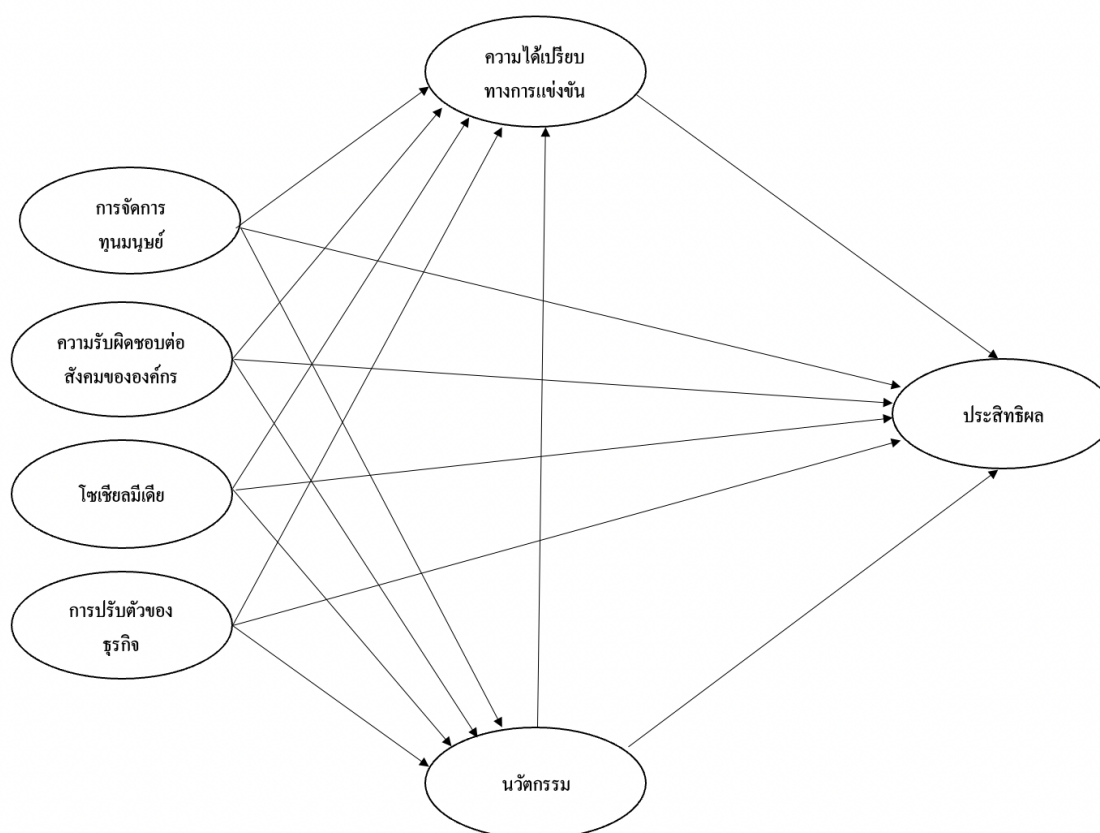
งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
4. Competitive strategy and business environment: The case of small enterprises in China	Yan, 2020	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ
5. Effect of Social Media Marketing Strategies on Competitive Advantage Among the SMEs in China	Chen and Lin, 2021	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน
6. The triple-As supply chain competitive advantage	Feizabadi, Dligor & Motlagh, 2019	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการ แข่งขันมีอิทธิพลทางตรง ต่อประสิทธิภาพ
7. Towards a framework for innovation in retailing through social media	Oliveira, Indulska, Steen & Verreynne, 2019	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อนวัตกรรม
8. How and when social media affects innovation in start-ups. A moderated mediation model	Zubielqui & Jones, 2020	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	โซเซียลมีเดียมีอิทธิพล ทางตรงต่อนวัตกรรม
9. Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance	Savitri, DP & Syahza, 2021	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	นวัตกรรมมีอิทธิพล ทางตรงต่อประสิทธิภาพ

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Chowdhury, Prayag, Orchiston & Spector, 2019; Raza, Aziz, Dahri & Ngah, 2020) นอกจากนี้ยังพบว่าการปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Farhshatova, Zaharov, Vereskun & Kolosok, 2019) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Anwar, 2018) จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงบ่งชี้ได้ว่าการปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านนวัตกรรม (Savitri, DP & Syahza, 2021) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรการปรับตัวของธุรกิจ

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
1. Postdisaster social capital, adaptive resilience and business performance of tourism organizations in Christchurch, New Zealand	Chowdhury, Prayag, Orchiston & Spector, 2019	การวิจัย เชิง สหสัมพันธ์	การปรับตัวของธุรกิจมี อิทธิพลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพ

งานวิจัย	ผู้แต่ง/ค.ศ.	รูปแบบ/ วิธีการ	ผลการศึกษา
2. Impact of Supply Chain Information Infrastructure on Organisational Performance. A Mediating Role of Adaptability of Firms in Thailand	Raza, Aziz, Dahri & Ngah, 2020	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
3. Formation of Competitive Advantages of the Enterprise Based on Adaptive Management	Farhshatova, Zaharov, Vereskun & Kolosok, 2019	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. Business model innovation and SMEs performance—does competitive advantage mediate	Anwar, 2018	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล
5. Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance	Savitri, DP & Syahza, 2021	การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	การปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านนวัตกรรม



ภาพที่ 1 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อประสิทธิผลขององค์กรในภาคธุรกิจ ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรม การจัดการทุนมนุษย์ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โซเชียลมีเดีย และการปรับตัวของธุรกิจ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Khan, Yang & Waheed, 2019) เนื่องจากการสร้างความความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งในการดำรงอยู่ขององค์กรในภาคธุรกิจ ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรมีการลดต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งรวมทั้งการสร้างแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ (Anwar, 2018) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ระบุว่าธุรกิจที่สามารถสร้างความแตกต่างและมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้จะทำให้องค์กรในภาคธุรกิจนั้นเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งในตลาดได้ (Porter, 1985)

ในขณะที่นวัตกรรมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Rosman, Suffian, Marha, Sakinah & Mariam, 2018; Udriyah, Tham & Azam, 2019) เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินไปได้ด้วยการแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอสู่ตลาด ทั้งยังทำให้ผลิตภัณฑ์/บริการนั้นดูแปลกใหม่เป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ และแน่นอนว่าหากธุรกิจได้รับการตอบรับที่ดีจากฐานลูกค้าจะมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลองค์กรในภาคธุรกิจ (Udriyah, Tham and Azam, 2019) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีนวัตกรรม ที่เน้นให้ความสำคัญในการปรับโครงสร้างองค์กร ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ การแนะนำกระบวนการใหม่ การสร้างตลาดใหม่ และการพัฒนาอุปทานของตลาดใหม่อีกด้วย (Schumpeter, 1934)

การจัดการทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Sirito & Piromruen, 2018) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sadq, Aljaf & Hasan, 2018; Udriyah, Tham & Azam, 2019) และผ่านนวัตกรรม (Rangus & Slavec, 2017; Nieves and Quintana, 2018) เนื่องจากการจัดการทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร โดยการเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินไปได้ตามทิศทางที่ได้กำหนดไว้ (Hidayat and Latief, 2018) ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีทุนมนุษย์ที่กล่าวว่าการที่องค์กรที่สามารถดึงความรู้ ความสามารถของบุคลากรออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ จะมีอิทธิพลดีต่อการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม (Becker, 2009) และการที่องค์กรมีการจัดการทุนมนุษย์ที่ดีจะมีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรม (Nieves and Quintana, 2018) เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีอิทธิพลต่อองค์กรในภาคธุรกิจในที่สุด (Ruiz, Gutiérrez, Caro & Navarro, 2017)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (Anser, Zhang & Kanwal, 2018) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผล โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Khan, Yang & Waheed, 2019; Mohammad & Wasiuzzaman, 2021) และผ่านนวัตกรรม (Conesa, Acosta & Manzano, 2017) โดยในทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้ชี้ให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของ ชุมชน สังคม และลูกค้า (Freeman, 1984) และหากองค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อการกระทำต่าง ๆ ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้วจะทำให้องค์กรนั้น ๆ สามารถสร้างนวัตกรรม (Conesa, Acosta & Manzano, 2017) เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Khan,

Yang & Waheed, 2019) และมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์กรในที่สุดด้วยเช่นกัน (Jang et al, 2019)

โซเซียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Rashid, Niazi & Khan, 2020) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Feizabadi, Dligor & Motlagh, 2019; Chen and Lin, 2021) และผ่านนวัตกรรม (Zubielqui & Jones, 2020; Savitri, DP & Syahza, 2021) ซึ่งโซเซียลมีเดียเกิดขึ้นจากการต้องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของมนุษย์ ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่กล่าวว่าการแลกเปลี่ยนทางสังคมจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมนุษย์ได้รับผลจากการเข้าร่วมแลกเปลี่ยนนั้น (Blau, 1964) ซึ่งการใช้โซเซียลมีเดียจะทำให้องค์กรสามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบ รวมทั้งหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า หรือคู่แข่งได้โดยง่าย จึงทำให้องค์กรที่ใช้โซเซียลมีเดีย สามารถนำข้อมูลที่ได้มาสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรม (Zubielqui & Jones, 2020) และแน่นอนว่าจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Chen & Lin, 2021) และมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจ (Yan, 2020)

การปรับตัวของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพ (Chowdhury, Prayag, Orchiston & Spector, 2019) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Anwar, 2018; Farhshatova, Zaharov, Vereskun & Kolosok, 2019) และผ่านนวัตกรรม (Savitri, DP & Syahza, 2021) ซึ่งการปรับตัวเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของธุรกิจ โดยในทฤษฎีองค์การตามสถานการณ์ ได้กล่าวว่า การที่องค์กรสามารถที่จะปรับตัวให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้จะทำให้องค์กรนั้นสามารถดำรงอยู่ได้ (Donaldson, 2001) ทั้งยังมีอิทธิพลให้องค์กรนั้นสามารถคิดค้นนวัตกรรมใหม่ (Savitri, DP & Syahza, 2021) ที่สอดคล้องกับสภาพความเปลี่ยนแปลง และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการที่องค์กรสามารถลดต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้ (Farhshatova, Zaharov, Vereskun & Kolosok, 2019) ซึ่งที่สุดแล้วจะมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจทั้งสิ้น (Raza, Aziz, Dahri & Ngah, 2020)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคธุรกิจ ซึ่งมุ่งหวังให้องค์กรมีประสิทธิภาพในด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ และการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนควรให้ความสำคัญกับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนในการดำเนินงาน รวมถึงด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ในขณะที่ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และองค์กร ในส่วนการจัดการทุนมนุษย์นั้น ภาคธุรกิจควรให้ความสำคัญในด้านการสรรหาและคัดเลือก เพื่อให้องค์กรได้ทุนมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถที่สอดคล้องและเหมาะสมกับตำแหน่งงาน และเมื่อมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถที่ดีแล้ว องค์กรควรต้องพิจารณาในด้านการดูแลรักษาพนักงานอีกด้วย ในส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ภาคธุรกิจควรให้ความสำคัญในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากชุมชนและสังคม และให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้โซเซียลมีเดียยังเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อประสิทธิภาพองค์กร ดังนั้นภาคธุรกิจจึงควรให้ความสนใจในการใช้โซเซียลมีเดียเพื่อโต้ตอบกับลูกค้า รวมทั้งในด้านการใช้เพื่อการเข้าถึงข้อมูลลูกค้า หรือคู่แข่งในตลาดได้อีกด้วย และเมื่อกล่าวถึงการปรับตัวของธุรกิจ ภาคธุรกิจควรให้ความสนใจในด้านการ

คาดการณ์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ รวมทั้งด้านการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ได้อย่างทัน่วงที

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจ โดยควรให้ความสำคัญและส่งเสริมในปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการจัดการอบรม ให้ความรู้ เพื่อให้ภาคธุรกิจมีความรู้ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในส่วนของนวัตกรรม ภาครัฐควรดำเนินการที่เอื้อประโยชน์ให้กับภาคธุรกิจ เช่น การลดหย่อนภาษีให้กับองค์กรที่มีการพัฒนานวัตกรรม ในส่วนของการจัดการทุนมนุษย์ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ และมีความสามารถเพียงพอต่อความต้องการของภาคธุรกิจ นอกจากนี้เมื่อกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ภาครัฐควรมีการออกกฎหมายในการดำเนินธุรกิจให้มีหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสอดคล้องกับบริบทในแต่ละธุรกิจ นอกจากนี้ภาครัฐควรเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียให้ได้ทุกที่ ทุกเวลา นอกจากนี้ในส่วนของการปรับตัวของธุรกิจ ภาครัฐควรจัดสัมมนาถอดบทเรียนจากภาคธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ วิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการปรับตัวให้กับองค์กรในภาคธุรกิจ เพื่อให้สามารถปรับตัว และอยู่รอดได้ในทุกสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 นักวิชาการหรือนักวิจัยสามารถนำผลการศึกษานี้ไปศึกษากับข้อมูลเชิงประจักษ์ในองค์กรในภาคธุรกิจที่สนใจ

2.2 นักวิชาการหรือนักวิจัยควรศึกษาปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคธุรกิจที่สนใจจะศึกษาเพิ่มเติม

2.3 นักวิชาการหรือนักวิจัยควรพิจารณาองค์ประกอบในการวัดปัจจัยให้สอดคล้องกับภาคธุรกิจที่ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- Adomako, S. (2018). The moderating effects of adaptive and intellectual resource capabilities on the relationship between entrepreneurial orientation and financial performance. *International Journal of Innovation Management*, 22(03), 1-35.
- Ahn, S.-H. (2017). Relationship between foreign agent operations and performance in SME exporters. *Journal of Korea Trade*, 21(4), 274-291.
- Akhtar, C. S., Awan, S. H., Naveed, S., & Ismail, K. (2018). A comparative study of the application of systems thinking in achieving organizational effectiveness in Malaysian and Pakistani banks. *International Business Review*, 27(4), 767-776.
- Amagada, C. O., Gabriel, J. M., & Asawo, S. P. (2020). Human capital management and survival of private hospital in Port Harcourt, Rivers State Nigeria. *International Journal of Management*, 8(3). 7-19.
- Anser, M. K., Zhang, Z., & Kanwal, L. (2018). Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable

- development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 799-806.
- Anwar, M. (2018). Business model innovation and SMEs performance—does competitive advantage mediate?. *International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1-31.
- Bai, L., & Yan, X. (2020). Impact of firm-generated content on firm performance and consumer engagement: evidence from social media in China. *Journal of Electronic Commerce Research*, 21(1), 56-74.
- Bakri, A. A. A. (2017). The impact of social media adoption on competitive advantage in the small and medium enterprises. *International Journal of Business Innovation and Research*, 13(2), 255.
- Banerjee, C. S., Farooq, A., & Upadhyaya, S. (2018). The relationship between dynamic capabilities, competitive advantage & organizational performance. *International Journal of Interdisciplinary Research and Innovations*, 6(3), 603-610.
- Baniya, R., & Rajak, K. (2020). Attitude, motivation and barriers for csr engagement among travel and tour operators in Nepal. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 10, 53-70.
- Becker, G. S. (2009). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. University of Chicago press.
- Blau, P. M. 1964. Exchange and power in social life. New York, NY: Wiley.
- Boh, W. F., Huang, C. J., & Wu, A. (2020). Investor experience and innovation performance: The mediating role of external cooperation. *Strategic Management Journal*, 41(1), 124-151.
- Cahyaningsih, E., Sensuse, D. I., Arymurthy, A. M., & Wibowo, W. C. (2017). Nusantara: A new model of knowledge management in government human capital management. *Procedia Computer Science*, 124, 61-68.
- Carracedo, P., Puertas, R., & Marti, L. (2021). Research lines on the impact of the COVID-19 pandemic on business. A text mining analysis. *Journal of Business Research*, 132, 586-593.
- Carroll, A. B. (1983). Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding. *Vital Speeches of the Day*, 49(19), 604-608.
- Chen, Y. S., & Lin, H. H. L. (2021). Effect of social media marketing strategies on competitive advantage among the SMEs in China. *Journal of Marketing and Communication*, 4(1), 14-23.
- Choothong, N., & Orawongsuphatat, C. (2018). *Organizational effectiveness concept and review of research literature*. (1). Bangkok: ID All Print.
- Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., & Spector, S. (2019). Postdisaster social capital, adaptive resilience and business performance of tourism

- organizations in Christchurch, New Zealand. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1209-1226.
- Conesa, M. I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.
- Czerniej, T. W. (2018). Creating value of organization through human capital management. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 17(4), 443-457.
- Dahash, Q., & Al-Dirawi, A. (2018). Investment in intellectual capital and achievement of the competitive advantage in hotel sector. *Management Science Letters*, 8(7), 795-804.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- De Zubielqui, G. C., & Jones, J. (2020). How and when social media affects innovation in start-ups. A moderated mediation model. *Industrial Marketing Management*, 85, 209-220.
- Department of Business Development. (2021). Information of juristic person registration 2020. Retrieved October 21, 2021, from: https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/H26/H26_2020.pdf
- Donaldson, L., 2001. The contingency theory of organizations. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284-289.
- Famiyeh, S. (2017). Corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 390-406.
- Farhshatova, O., Zaharov, S., Vereskun, M., & Kolosok, V. (2019). Formation of competitive advantages of the enterprise based on adaptive management. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 244- 256.
- Feizabadi, J., Gligor, D., & Motlagh, S. A. (2019). The triple-as supply chain competitive advantage. *Benchmarking: An International Journal*, 26(7), 2286-2317.
- Ferreira, J., & Coelho, A. (2020). Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation. *International Journal of Innovation Science*, 12(3), 255-286.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman Press.
- Gibson, J.H., John, M.I., & James H.D. (1982). *Organizations: Behavior structure and processes*: Austin, TX: Business Publications.

- GS, A., Kurniasih, N., Reni, A., Istanti, E., Zuhroh, D., & Qomariah, N. (2019). The effect of business sphere on competitive advantage and business performance of SMEs. *Management Science Letters*, 9(8), 1153-1160.
- Gümüş, N., & Kütahyalı, D. N. (2017). Perceptions of social media by small and medium enterprises (SMEs) in Turkey. *International Journal of Business and Information*, 12(2), 123-148.
- Hanif, M. I., & Asgher, M. U. (2018). Service innovation and service innovation performance: A study of banking services. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 12(2), 670-694.
- Hidayat, M., & Latief, F. (2018). The influence of developing human capital management toward company performance (The evidence from developer companies in south Sulawesi Indonesia). *Journal of Management and Business*, 2(1), 11-30.
- Jang, S. S., Ko, H., Chung, Y., & Woo, C. (2019). CSR, social ties and firm performance. *corporate governance: The International Journal of Business in Society*, 19(6), 1310-1323.
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453-460.
- Katemanee, P., Wangbenmad, C., Lalitsasivimol, W., & Jankingthong, K. (2021). Utilize Structural Equation Model (SEM) to explore the relationship between network management and competitive advantage: The mediating effect of innovation: The case study of food processing in the southern Thailand. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 13(1), 143-162.
- Khan, S. Z., Yang, Q., & Waheed, A. (2019). Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 285-295.
- Kitsios, F.C., & Grigoroudis, E. (2020). Evaluating service innovation and business performance in tourism: a multicriteria decision analysis approach. *Management Decision*, 58(11), 2429-2453.
- Lalitsasivimol, W., & Chinfuk, N. (2020). Factor analysis of competitive advantage of small and medium enterprises in Songkhla . *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 12(2), 83-96.
- Luhtala, H., Erkkilä-Välimäki, A., Eliassen, S. Q., & Tolvanen, H. (2021). Business sector involvement in maritime spatial planning–Experiences from the Baltic Sea region. *Marine Policy*, 123, 104301.
- Manoharan, A., & Singal, M. (2019). Organizational effectiveness in hospitality: Managers perspectives. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 123-125.

- Martín-Rojas, R., Garrido-Moreno, A., & García-Morales, V. J. (2019). Fostering corporate entrepreneurship with the use of social media tools. *Journal of Business Research*, 112, 396-421.
- Martos-Pedrero, A., Cortés-García, F. J., & Jiménez-Castillo, D. (2019). The relationship between social responsibility and business performance: An analysis of the agri-food sector of southeast Spain. *Sustainability*, 11(22), 6390.
- Mention, A. L., Barlatier, P. J., & Josserand, E. (2019). Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 242-250.
- Mohammad, W. M. W., & Wasiuzzaman, S. (2021). Environmental, social and governance (ESG) disclosure competitive advantage and performance of firms in Malaysia. *Cleaner Environmental Systems*, 2, 1-11.
- Munawar, F. (2019). The role of entrepreneurial orientation and adaptive capability to performance of SME food & beverages. *Global Business and Management Research*, 11(1), 139-151.
- Muslim, A., Harun, A., Ismael, D., & Othman, B. (2020). Social media experience, attitude and behavioral intention towards umrah package among generation X and Y. *Management Science Letters*, 10(1), 1-12.
- Mwai, G.M., Namada, J.M., & Katuse, P. (2018) Influence of organizational resources on organizational effectiveness. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8, 1634-1656.
- Na Ayudhya, C.N., & Chaihanak, P. (2020). Relationship between social media and responding to consumer access to marketing information. *Journal of Management Science Phibunsongkhram Rajabhat University*, 2(2), 11-25.
- Nieves, J., & Quintana, A. (2018). Human resource practices and innovation in the hotel industry: The mediating role of human capital. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 72-83.
- Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. *Thunderbird International Business Review*, 61(4), 551-564.
- Odoom, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G. (2017). Antecedents of social media usage and performance benefits in small-and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Enterprise Information Management*, 30(3), 383-399.
- OECD. (2019). Highlights from OECD Innovation Indicators 2019. Retrieved October 26, 2021, from: <https://www.oecd.org/sti/inno/innovation-indicators-2019-highlights.pdf>
- Ogunkoya, O. A. (2018). Adaptive capabilities as predictors of sustainable competitive advantage among selected banks in Nigeria. *International Journal of*

- Operational Research in Management, Social Sciences and Education*, 4(1), 53-62.
- Park, K. O. (2020). How CSV and CSR affect organizational performance: A productive behavior perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 1-15.
- Patky, J., & Pandey, S.K. (2020). Does flexibility in human resource practices increase innovation? Mediating role of intellectual capital. *South Asian Journal of Human Resources Management*, 7(2), 257-275.
- Porter, M. (1985), *The competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free Press, New York, NY.
- Potjanajaruwit, P. (2018). Competitive advantage effects on firm performance. *Journal of International Studies*, 11(3), 104-111.
- Rangus, K., & Slavec, A. (2017). The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 195–203.
- Rashid, M. K., Niazi, A. A. K., & Khan, I. (2020). Investigating the antecedents and impact of social media usage on the performance of women-owned SMEs in Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 15(1), 15-29.
- Raza, M., Aziz, A., Dahri, A. S., & Ngah, A. H. (2020). Impact of supply chain information infrastructure on organisational performance. A mediating role of adaptability of firms in Thailand. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(3s), 2176-2191.
- Riyanto, S., & Hapsari, D. C. (2020). Strengthening organizational citizenship behavior through the implementation of transformational leadership, organizational culture, and compensation system. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 6(08), 316-323.
- Rosman, M., Suffian, M. A., Marha, Y. N., Sakinah, M. Z., & Mariam, R. R. (2018). Moderating effect of innovation on human capital and small firm performance in construction industry: The Malaysia case. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 10(15), 772-792.
- Rua, O., França, A., & Ortiz, R. F. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 257-279.
- Ruiz, M. D. A., Gutiérrez, J. O., Martínez-Caro, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2017). Linking an unlearning context with firm performance through human capital. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 16-22.

- Sadq, Z. M., Ahmad, B. S., & Jwmaa, S. J. (2019). The role of empowerment strategies in achieving organizational effectiveness. *International Journal of Social Sciences and Educational Studies*, 5(3), 110-127.
- Sadq, Z. M., Aljaf, N. A., & Hasan, R. S. (2018). The role of human capital in achieving competitive advantages: An empirical study at knowledge private university, Iraq. *International Journal of Social Sciences and Educational Studies*, 4(4), 53-63.
- Savitri, E., DP, E., & Syahza, A. (2021). Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance?. *Management Science Letters*, 11(8), 2301-2312.
- Schmid, B., Raju, E., & Jensen, P. K. M. (2021). COVID-19 and business continuity-learning from the private sector and humanitarian actors in Kenya. *Progress in Disaster Science*, 11, 1-8.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Seid, M., & Laxmanan, S. (2019). Total quality management practice on the organizational effectiveness: The case of Nile insurance company SC. *All Nations University Journal of Applied Thought*, 7(1), 15-27.
- Singh, A., & Verma, P. (2018). Driving brand value through CSR initiatives: An empirical study in Indian perspective. *Global Business Review*, 19(1), 85-98.
- Singjai, K., Winata, L., & Kummer, T. F. (2018). Green initiatives and their competitive advantage for the hotel industry in developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 131-143.
- Sirito, D., & Piromruen, S. (2018). Human capital development according to good governance that promotes effectiveness of private schools in the Northeast. *graduate studies Journal Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage*, 12(2), 58-67.
- Smith, M. B., & Webster, B. D. (2018). Narcissus the innovator? The relationship between grandiose narcissism, innovation, and adaptability. *Personality and Individual Differences*, 121, 67-73.
- Sultan, K., Ameen, F. M., Murtaza, M. M., Jafar, R., & Jamal, S. (2021). Human capital as competitive advantage: empirical evidence from entities of Pakistan. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(7), 2176-2184.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 1-10.
- The Office of SMEs Promotion. (2021). Number of operators classified by province. Retrieved October 21, 2021, from: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiMjk3NDI2MzEtYzAzYS00YTJmLTliN2Yt>

MjMyYTVhODI4YzJjliwidCl6ImExZmZjMjhhlTEzZmMtNDhiMC05NGRmLWYyYWI
yOGUwNWNhNSlslmMiQjEwfQ==

- Torres de Oliveira, R., Indulska, M., Steen, J., & Verreynne, M.-L. (2019). Towards a framework for innovation in retailing through social media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 1-13.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Villegas, G.J., García, S.L., & Florencio, P.B. (2018). The role of sustainable development and innovation on firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1350-1362.
- Wong, W., Anderson, V., & Bond, H. (2019). *Human capital management standards: A complete guide*. Kogan Page Publishers.
- Yan, S. (2020). Competitive strategy and business environment: The case of small enterprises in China. *Asian Social Science*, 6(11), 64-71.
- Yang, S., Ishtiaq, M., & Anwar, M. (2018). Enterprise risk management practices and firm performance, the mediating role of competitive advantage and the moderating role of financial literacy. *Journal of Risk and Financial Management*, 11(3), 1-17.
- Zarghami, S. A. (2021). A reflection on the impact of the COVID-19 pandemic on Australian businesses: Toward a taxonomy of vulnerabilities. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 64, 1-13.