

**THE STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN COMPETITIVE
COMPARATIVE ADVANTAGE FACTOR ON COMPETITIVE
CAPACITIES AND ORGANIZATION CULTURE
JOINTLY INFLUENCING SUCH RELATIONSHIP:
A CASE STUDY OF COMPANIES IN AMATA
NAKORN INDUSTRIAL ESTATE.**

**Waraporn Wisananusit¹, Thongchai Srivarddhana¹, Karin Boonlertvanich¹, Theerath Piriya Palin¹,
Kritsana Potisarattana¹, Nappadon Dejprasert¹**

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the relationship between competitive comparative advantage factor on organization competitive capacities and organization culture jointly influencing such relationship of companies in AMATA NAKORN Industrial Estate. The study is based on the survey research using questionnaires to collect the data for 129 samplings from the target population, that is, the high executives and the middle executives of companies in AMATA NAKORN Industrial Estate. In order to analyze the data, both descriptive statistics such as the frequency, the per cent frequency, the mean, the standard deviation and inference statistics particularly the Simple Regression Analysis and the Moderation Effects Using Multiple Regression.

From the study, competitive comparative advantage factor are found out to be related to competitive capacities in all three aspects, namely, economy of scale, product differentiated, and market shares. With respect to organization competitive capacities and organization culture, it is evident that differences in organization culture in terms of distance power and risk averter are found out to be related to organization competitive capacities while differences in individualism collectivism and masculinity-femininity are found out not to be related to organization competitive capacities.

In terms of relationship between competitive comparative advantage factor on organization competitive capacities and organization culture jointly influencing such relationship, the R^2 of the Moderation Effects Using Multiple Regression based on 4 aspects of organization culture, namely, differences in distance power, risk averter, individualism collectivism, and masculinity-femininity is higher than that shown in Simple Regression Analysis. This means that competitive comparative advantage factor have played an important role to organization competitive capacities depending on all aspects of organization culture.

Keywords: Competitive comparative advantage factor, competitive capacities, organization culture jointly

ความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันต่อความสามารถในการแข่งขัน และมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

วรารณ วิสวานุศิษย์¹, ธงชัย ศรีวรรณ¹, กรินทร์ บุญเดิวิชย์¹,
ธีรธรรม พิริยะพลิน¹, กฤษณา โปธิสารัตนะ¹, นพดล เดชประเสริฐ¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันต่อความสามารถในการแข่งขันและมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์นั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้บริหารระดับกลางของบริษัท ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จำนวน 190 บริษัทฯ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยปรากฏว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันกับขององค์กรในทั้งสามด้านความสามารถในการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบจากขนาด ความได้เปรียบจากการสร้างความแตกต่าง ความได้เปรียบจากส่วนแบ่งตลาดที่แข่งขัน จากการวิจัยความสัมพันธ์ของมิติทางวัฒนธรรม กับความสามารถในการแข่งขันพบว่ามิติทางวัฒนธรรม ในด้านความแตกต่างด้านอำนาจ และความแตกต่างด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แต่มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว วัฒนธรรมความแตกต่างด้านการแบ่งชาย/หญิง ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และเมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสามารถในการแข่งขันและมิติทางวัฒนธรรม ในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์นั้น พบว่า มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างในด้านอำนาจ มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างการแบ่งชาย/หญิงและวัฒนธรรมองค์กรความแตกต่างด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์นั้น ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) มีค่าเพิ่มขึ้นแสดงให้เห็นว่าความได้เปรียบในการแข่งขันจะมีอิทธิพลกับความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นโดยขึ้นอยู่กับระดับมิติทางวัฒนธรรม ในทุก ๆ ด้าน

คำสำคัญ: ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน, ความสามารถในการแข่งขัน, มิติทางวัฒนธรรม

บทนำ

ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั่วโลก สิ่งส่งผลกระทบต่อประเทศไทยคือ กระแสของการลงทุนในประเทศไทยจากต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน ฯลฯ ประเด็นที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและการบริหารงานข้ามชาติจึงมีความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยผ่านองค์กรธุรกิจแบบการลงทุนข้ามชาติ ที่เรียกกันว่า บรรษัทข้ามชาติ

เพราะธุรกิจเหล่านี้ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุน การจ้างงาน การผลิต รายได้ การถ่ายทอดเทคโนโลยีในประเทศ ผู้รับการลงทุนอย่างมหาศาลและส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายประการ (กิตติคุณ วัชรมณเฑียร, 2547)

จากข้อมูลของศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนภาคตะวันออก สรุปลำดับเลขการลงทุนใน ช่วงครึ่งปีแรก พ.ศ. 2555 (ตั้งแต่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน 2555) ว่ามีจำนวนโครงการที่ได้รับ

อนุมัติการส่งเสริมในพื้นที่ 8 จังหวัด ภาคตะวันออก จำนวน 337 โครงการ และมีมูลค่าการลงทุนรวมถึง 109,989.90 ล้านบาท มีการจ้างงาน 27,794 คน โดยจังหวัดที่มีจำนวนโครงการได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนมากเป็นอันดับ 1 คือ จังหวัดชลบุรี ที่มีจำนวน 140 โครงการ หรือคิดเป็นร้อยละ 41.54 ของจำนวนโครงการทั้งหมด ปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการลงทุนในพื้นที่ภาคตะวันออก ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องมาจากความเชื่อมั่นในศักยภาพของพื้นที่และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งถนนหนทาง และการมีท่าเรือน้ำลึกของทั้งนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการลงทุนในภาคตะวันออกช่วงไตรมาสที่ 1-2 ของปี มีโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริม จำนวน 337 โครงการ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่มีจำนวน 285 โครงการ ถือว่าสูงขึ้น (ศูนย์ข่าวศรีราชา, 2555) ซึ่งการลงทุนที่เกิดขึ้นนั้นมีการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครที่เป็นนิคมอุตสาหกรรมที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีจำนวนโรงงานมากที่สุด คือ 233 โรงงาน เงินลงทุน 154,194.745 ล้านบาท ในขณะที่ นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง มีจำนวนโรงงาน 111 โรงงาน เงินลงทุน 125,725.620 ล้านบาท นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง มีจำนวนโรงงาน 36 โรงงาน เงินลงทุน 494.406 ล้านบาท และนิคมอุตสาหกรรมชลบุรี (บ่อวิน) มีจำนวนโรงงาน 30 โรงงาน เงินลงทุน 54,396.640 ล้านบาท (สภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี, 2555)

เมื่อมีการลงทุน องค์กรต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันและวิธีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เรียกว่าความสามารถขององค์กร ซึ่งมีความสำคัญกับคนในองค์กร โดยเชื่อมโยงกับความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรที่บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (รัชนีกร เศรษฐโชติ, 2532) Denison (1990) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารวัฒนธรรมองค์กรและการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Corporate culture and organizational effectiveness) และได้เสนอผลการวิจัยว่า องค์กรและการบริหารถือได้ว่าเป็นระบบหรือส่วนหนึ่งของสังคม องค์กรเป็นสถาบันหนึ่งที่มีหน้าที่ในการผลิตและให้บริการแก่สมาชิกในสังคม องค์กรจะทำหน้าที่ได้ต้องอาศัยการร่วมมือกันดำเนินงานของบุคคล

กลุ่มหนึ่ง ซึ่งบุคคลเหล่านี้ คือ ประชาชนในสังคมนั้นเอง ดังนั้นวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และค่านิยมต่าง ๆ ในสังคมใหญ่ย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยมที่สมาชิกในองค์กรจะต้องยอมรับ และถือเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจหรือประพฤติปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่สังคมส่วนรวมยอมรับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การตัดสินใจประพฤติปฏิบัติของบุคคลย่อมสืบเนื่องมาจากค่านิยมทางวัฒนธรรมของสังคมที่ได้รับการอบรมหรือการเรียนรู้มาจากสังคม ดังนั้นเมื่อบุคคลต่าง ๆ เข้ามาอยู่ร่วมกันเป็นองค์กร จะนำค่านิยมต่าง ๆ ที่ตนได้เรียนรู้จากวัฒนธรรมสังคมคิดตัวมาเป็นแนวทางการปฏิบัติกับค่านิยมต่าง ๆ ในองค์กรด้วยเช่นกัน

จากที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ กล่าวคือ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับเรื่องปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมาปรับใช้ในองค์กรเพื่อการวางแผนด้านกลยุทธ์ของธุรกิจทำให้ธุรกิจเกิดความสามารถในการแข่งขัน สามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับมาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ มาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กร ให้ธุรกิจเกิดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อการประกอบธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมิติทางวัฒนธรรมกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

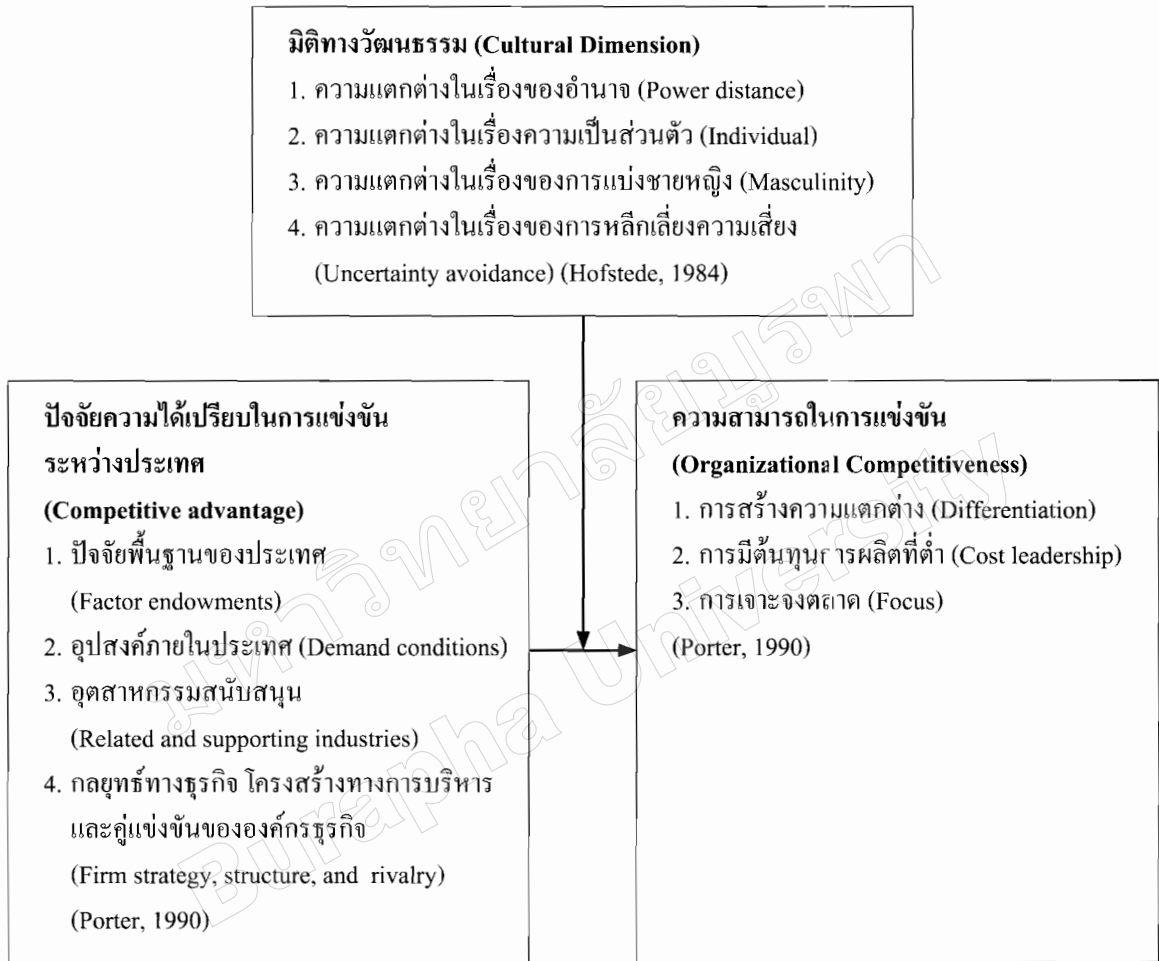
สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

2. มิติทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
3. มิติทางวัฒนธรรมส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์

ระหว่างปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage)

Porter (1990) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีแนวความคิดว่าการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมของประเทศตน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งอุตสาหกรรมในประเทศตนและคู่แข่งกันเพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ โดยมีปัจจัยกำหนดบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ 4 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยพื้นฐานของประเทศ (Factor endowments) ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงาน เงินทุน สาธารณูปโภค รวมถึงทักษะเฉพาะด้านที่ yakต่อการลอกเลียน เช่น เทคโนโลยีขั้นสูง
2. ความต้องการสินค้าชนิดดังกล่าวของประเทศนั้น ๆ (Demand conditions) ประกอบด้วย ขนาดความต้องการในท้องถิ่น ตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการเจริญ

เติบโตมากมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบ โดยเฉพาะเรื่องความประหยัดจากขนาด (Economic of scale) ซึ่งกระตุ้นให้ธุรกิจมีการพัฒนาการวิจัย การลงทุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

3. อุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and supporting industries) กล่าวคือ การที่ธุรกิจหนึ่งมีความเข้มแข็งหรือมีความสามารถเชิงการแข่งขัน ย่อมทำให้ธุรกิจที่เชื่อมโยงมีความเข้มแข็งไปด้วย

4. กลยุทธ์ทางธุรกิจ โครงสร้างทางการบริหารและคู่แข่งชั้นขององค์กรธุรกิจ ประกอบด้วย การกำหนดแผนงาน แนวทาง หรือวิธีการที่จะองค์กรไปสู่ผลที่สอดคล้องกับภารกิจและจุดมุ่งหมายรวมขององค์กร โดยต้องคำนึงถึงโครงสร้างของการบริหาร ลำดับขั้นตอนของการตัดสินใจ รูปแบบของโครงสร้างและการจัดการจะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติต่อการใช้อำนาจและความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคม นอกจากนี้ความสามารถในการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับจำนวนและความสามารถของคู่แข่งมาก

หลักการวิเคราะห์องค์ประกอบของโครงสร้างอุตสาหกรรม Michael E. Porter (5 Forces)

Porter (1990) ได้ระบุถึง หลักการวิเคราะห์องค์ประกอบของโครงสร้างอุตสาหกรรม ดังนี้

1. สภาพการแข่งขันภายในตัวธุรกิจ คือ คู่แข่งทางการค้าที่จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกัน
2. สภาพการแข่งขันจากภายนอกธุรกิจ คือ คู่แข่งที่อาจจะเข้ามาในตลาดในอนาคต การจะป้องกันคู่แข่งที่จะเข้ามา ต้องอาศัยความได้เปรียบที่ธุรกิจมีประสบการณ์ในดำเนินการมาก่อน เช่น ความสามารถในการผลิตสินค้าจำนวนมาก ๆ ทำให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด (Economic of scale) ทำให้มี Profit Margin ต่ำ จนกระทั่งไม่เกิดการจูงใจให้คู่แข่งเข้ามาในตลาด เนื่องจากไม่คุ้มค่าต่อความเสี่ยง หรืออาจจะพยายามทำให้สินค้ามีตราหือที่แข็งแกร่ง มีความแตกต่างในสินค้าเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนได้ (มีลิขสิทธิ์ หรือมีสิทธิบัตรคุ้มครอง) ลูกค้าไม่ต้องการเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากผู้อื่นเนื่องจากมีต้นทุนในการเปลี่ยนแปลง (Switching cost) และมีการคุ้มครองจากรัฐบาล เช่น

สัมปทาน เป็นต้น

3. สภาพแรงกดดันจากคู่แข่งทางอ้อมหรือสินค้าทดแทน เป็นคู่แข่งทางธุรกิจที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่อุตสาหกรรมนี้สามารถทำกำไรได้มากมายจนเป็นที่สนใจของคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ดังนั้นองค์กรที่จะดำรงอยู่ได้จะต้องมีสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า มีลักษณะเด่นกว่า ที่ไม่สามารถถูกทดแทนได้โดยง่ายจากสินค้าประเภทอื่น

4. อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบให้กับธุรกิจ เช่น หากมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบชนิดนี้จำนวนน้อยราย สินค้าเป็นของจำเป็นที่ต้องซื้อ ไม่สามารถซื้อจากคนอื่นได้ หรือลูกค้าจะต้องเสียเงินในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการ หากต้องการเปลี่ยนวัตถุดิบ เมื่อเป็นดังนี้แล้วผู้ขายวัตถุดิบจะมีอำนาจในการต่อรองสูงมาก ๆ

5. อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ในกรณีนี้ ถ้าผู้ซื้อเป็นผู้ซื้อรายใหญ่เพียงรายเดียว หรือสามารถซื้อสินค้าจากใครก็ได้ เพราะสินค้าไม่ได้มีลักษณะเด่น หรือใช้ได้เหมือนกันโดยไม่ต้องแปลงกระบวนการ (ไม่มี Switching cost หรือมีแต่น้อยมาก) หรือเป็นสินค้าที่ผู้ซื้ออาจจะมาผลิตเองได้ ผู้ซื้ออาจจะขอต่อรองราคาให้มีส่วนลดได้มาก อำนาจหรือแรงกดดันทั้งห้าประการนี้ หากมีมากจะทำให้ดำเนินงานได้อย่างลำบาก ต้องคอยจัดการหลบหลีกเสี่ยงให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด รักษาลูกค้าไว้ให้ได้มากที่สุด หรือพยายามสร้างความแตกต่างเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้

จากการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนจุดแข็งและโอกาสดังกล่าว Porter (1990) ได้นำมาใช้วิเคราะห์ถึงความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อวางตำแหน่งตัวเองในการแข่งขัน หากต้องการให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้แล้วจะต้องวางตำแหน่งตัวเองในการแข่งขันว่าจะอยู่ในตำแหน่งใดดังนี้

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือ สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจผลิตขึ้นมานั้น จะต้องมีความแตกต่างที่อาจจะไม่สามารถหาได้จากสินค้าทั่วไปของผู้อื่น หรือมีการเพิ่มศักยภาพหรือประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์จนทำให้สามารถตั้งราคาขายที่แพงกว่าคู่แข่งได้
2. การมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ (Cost leadership) หากธุรกิจมีต้นทุนที่ต่ำแล้ว ย่อมจะดำรงอยู่ในตลาด

การแข่งขันได้แม้ว่าจะมี Profit margin ที่ต่ำ ลักษณะเช่นนี้จะทำให้คู่แข่งอื่นไม่ยอมที่จะเข้ามาแข่งขันด้วย เพราะจะไม่คุ้มกับความเสียหายในการอยู่รอดเพื่อทำตลาดแข่งขัน ธุรกิจที่มีต้นทุนการผลิตต่ำแต่อยู่มาก่อน และอยู่เพียงผู้เดียวในตลาด จะสามารถอยู่ได้เนื่องจากมีลูกค้าจำนวนมากทำให้กำไรสุทธิที่สร้างขึ้นได้นั้นเป็นจำนวนที่สูง

3. การเจาะจงตลาด (Focus) คือการที่ธุรกิจมุ่งเน้นผลิตสินค้าหรือบริการให้กับตลาดเฉพาะส่วน อาจจะถูกเรียกว่าเป็นตลาดเฉพาะส่วน (Niche market) ก็ได้ เมื่อเป็นดังนี้แล้ว ด้วยสินค้าและบริการที่จำเพาะดังนั้นแล้ว จะทำให้สามารถตั้งราคาขายได้สูง เนื่องจากลูกค้าจำเป็นต้องซื้อจากธุรกิจนั้น และไม่ต้องกลัวความเสี่ยงที่จะซื้อจากผู้อื่นอีก

มิติวัฒนธรรม (Culture dimensions)

แนวคิดเรื่องมิติวัฒนธรรมของ Hofstede (1984, 2001) ได้รับการนำมาอ้างอิงในการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการติดต่อสื่อสารระหว่าง/ ข้ามวัฒนธรรม รวมถึงการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (Ming-Yi Wu, 2006) Hofstede (1984) ได้ทำการวิจัยกับองค์กรข้ามชาติขนาดใหญ่ใน 40 ประเทศ สรุปได้ว่า องค์กรคือการรวมกันของวัฒนธรรม (Cultural-bounded) โดยแบ่งมิติวัฒนธรรมออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ (Power distance) คือ ความแตกต่างของการสั่งการระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา กล่าวคือ บางองค์กรมีสายการบังคับบัญชาหลายลำดับชั้นในการสั่งการซับซ้อน (High hierarchy) บางองค์กรมีสายการสั่งการที่แบนราบ (Flat organization)

2. ความแตกต่างเรื่องความเป็นส่วนตัว (Individual) คือ การมองเห็นคุณค่าในตนเองของบุคลากร กลุ่มหรือองค์กร กล่าวคือ บุคลากรที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของความเป็นส่วนตัวสูงจะมุ่งมั่นเพื่อการประสบความสำเร็จและความก้าวหน้าในการทำงาน ในขณะที่บุคลากรที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของความเป็นส่วนตัวต่ำจะมุ่งมั่นเพื่อการสร้างผลกำไรแก่องค์กรมากกว่าการทำงานเพื่อสร้างความสำเร็จแก่ตนเอง

3. ความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิง (Masculinity)

คือ บทบาทของเพศในองค์กร องค์กรที่มีความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิง จะพบว่าโอกาสที่ผู้หญิงจะมีตำแหน่งสูงหรือได้รับเงินเดือนสูงนั้นมีน้อย ในขณะที่องค์กรที่ไม่มีความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิงจะพบว่าโอกาสที่ผู้หญิงจะมีตำแหน่งสูงหรือได้รับเงินเดือนสูงนั้นมีมากกว่า

4. ความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิง (Uncertainty avoidance) โดยธรรมชาติของคนจะหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงหรือสถานการณ์ที่กำกวม ดังนั้น องค์กรที่เน้นความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิงสูง จะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการทำงานมากกว่าองค์กรที่เน้นความแตกต่างเรื่องการแข่งขัน/หญิงน้อย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร มีจำนวนทั้งสิ้น 352 บริษัท (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2550) จึงสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1967) กำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดในการสุ่มตัวอย่าง $\pm 5\%$ ได้เท่ากับ 186.95 บริษัท และเพื่อให้ป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลจึงได้สำรองแบบสอบถามเพิ่มรวม 190 บริษัท การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับสลากเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากรายชื่อของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน เท่ากับ 0.842 ความสามารถในการแข่งขัน เท่ากับ 0.827 และวัฒนธรรมองค์กร เท่ากับ 0.757 ซึ่งมากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามที่ความน่าเชื่อถือ (Nunnally, 1978)

การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Moderator Effects Using Multiple Regression

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถึงร้อยละ 66.7 โดยมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40 – 49 ปี มากที่สุด ถึงร้อยละ 58.1 และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สูงถึงร้อยละ 57.4 และกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีเชื้อชาติไทย โดยส่วนใหญ่

มีประสบการณ์ในการทำงาน ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 60.5 บริษัทของกลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจประเภทผู้ผลิต ร้อยละ 65.9 ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางมีการจ้างงาน 51-200 คน ร้อยละ 51.9 และส่วนใหญ่บริษัทแม่เป็นบริษัทของญี่ปุ่น มากที่สุด ร้อยละ 55 โดยที่บริษัทแม่เป็นบริษัทไทยรองลงมา ร้อยละ 17.9 ระดับระดับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ขององค์กร ยังอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) ระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) ระดับวัฒนธรรมองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$)

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร กล่าวคือ ถ้าองค์กรมีปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันในด้าน ปัจจัยพื้นฐานของประเทศ (Factor endowments) ความต้องการสินค้าชนิดดังกล่าวของประเทศนั้น ๆ (Demand conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and supporting industries) กลยุทธ์ทางธุรกิจ โครงสร้างทางการบริหารและคู่แข่งขององค์กรธุรกิจ (Firm Strategy, structure, and rivalry) จะส่งผลให้ธุรกิจเกิดความสามารถในการแข่งขันในด้านความได้เปรียบจากขนาด ความได้เปรียบจากการสร้างความแตกต่าง ความได้เปรียบจากส่วนแบ่งตลาดที่แข่งขัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า มิติวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน คือ มิติวัฒนธรรมในด้านความแตกต่างด้านอำนาจและความแตกต่างในเรื่องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แต่มิติวัฒนธรรมด้านความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว วัฒนธรรมด้านการแบ่งชาย/หญิง ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

สมมติฐานที่ 3 มิติทางวัฒนธรรมส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมความแตกต่างในด้านอำนาจ มีอิทธิพลส่งผลร่วมทำให้ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมความแตกต่างในด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลส่งผลร่วมทำให้ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมความแตกต่างในการแบ่งชาย/หญิง มีอิทธิพลส่งผลร่วมทำให้ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมความแตกต่างในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมีอิทธิพลส่งผลร่วมทำให้ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น

อภิปรายผล

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านต่าง ๆ คือ ปัจจัยพื้นฐานของประเทศ ปัจจัยด้านอุปสงค์ในประเทศ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างทางการบริหารและคู่แข่งของธุรกิจ แต่ในขณะที่ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจนำแนวคิดคลัสเตอร์ (Cluster) หรือกลุ่มอุตสาหกรรมมาใช้ในองค์กรมากขึ้น จึงทำให้มีระดับปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนสูง ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ Porter (1990) ที่ว่ากระบวนการคลัสเตอร์ (Clustering process) จะส่งผลโดยตรงกับความสามารถในการแข่งขัน โดยจะช่วยเพิ่มผลผลิตของบริษัทผู้ประกอบการพร้อมทั้งขีดความสามารถทางนวัตกรรม และช่วยกระตุ้นให้เกิดธุรกิจใหม่ขึ้นมา

มิติทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการแข่งขัน และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานย่อย พบว่า วัฒนธรรมองค์กรด้านความแตกต่างในด้านอำนาจและความแตกต่างเรื่องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน แต่วัฒนธรรมองค์กรความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว และความแตกต่างด้านการแบ่งชาย/หญิง ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรโดยรวมหล่อหลอมให้เกิดแนวคิดทาง

การจัดการ (Management ideologies) ซึ่งแนวทางการจัดการที่ดีเป็นบ่อเกิดแห่งความสำเร็จในหลายอุตสาหกรรม แนวคิดทางการบริหารที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมนี้มีผลต่อรูปแบบของการบริหารจัดการที่ส่งผลถึงความสำเร็จขององค์กรธุรกิจและความสำเร็จในระดับมหภาคของประเทศด้วย (ชนงกรณ์ กุณทลบุตร, 2547) สอดคล้องกับ การศึกษาของ สุวิชัย สุภรานนท์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกิจการทั้งในทางบวกและทางลบ ประกอบด้วย ปัจจัยความต้องการของผู้ได้รับผลประโยชน์ การเชื่อมโยง ยุทธศาสตร์ของบริษัท โครงสร้างของบริษัท คู่แข่ง ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันของ Porter (1990) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยกำหนด ได้แก่ปัจจัยที่มองไม่เห็นและวัดไม่ได้ เช่น ธรรมเนียม ค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อ สิ่งเหล่านี้แม้วัดขนาดไม่ได้แต่ก็ทราบได้ว่ามีผลต่อปัจจัยกำหนด เช่น ตามธรรมเนียมประเพณีไทย การเสนอความคิดเห็นต้องผ่านลำดับชั้นหากผู้บังคับบัญชาไม่เห็นด้วยกับความเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา ความเห็นนั้นย่อมไม่ถูกเสนอต่อผู้บังคับบัญชาระดับสูง เป็นต้น

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการแข่งขัน และมีทิศทางวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ คือมีอิทธิพลของความแตกต่างด้านอำนาจ มีอิทธิพลของความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลของความแตกต่างด้านการแบ่งชาย/หญิง และมีอิทธิพลของความแตกต่างด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ส่งผลร่วมกับความสัมพันธ์ จากการทดสอบพบว่าเมื่อ นำค่าของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของมิติทางวัฒนธรรมความแตกต่างด้านอำนาจ มีอิทธิพลของความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลของความแตกต่างด้านการแบ่งชาย/หญิง และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลของความแตกต่างด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง มีทำให้ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง สองมีความสัมพันธ์เพิ่มขึ้น คือ มีอิทธิพลของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันต่อความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่า การที่องค์กรมีวัฒนธรรมความแตกต่างในด้านอำนาจ ความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว ความแตกต่างด้านการแบ่งชาย/หญิง

และวัฒนธรรมองค์กรด้านความแตกต่างด้านการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงส่งผลกระทบทำให้องค์กรสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ คือ การที่องค์กรมีการบริหารแบบรวบอำนาจ ผู้บริหารมีอำนาจสูงในองค์กร (ผู้บริหารที่มีความสามารถ) ย่อมส่งผลให้ผู้บริหารสามารถพาองค์กรไปให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันกับคู่แข่ง (ชัยวัฒน์ ดันตภาสวสิน, 2548) การที่องค์กรมีมิติทางวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสูง ย่อมทำให้การปฏิบัติงานเกิดความสูญเสียน้อยที่สุด พนักงานมีกฎระเบียบในการทำงาน มีความเชื่อในงานที่ประสบความสำเร็จมาก่อน ทำให้องค์กรเกิดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะในด้านความได้เปรียบจากต้นทุนการผลิตส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานสูง ทำให้บริษัทเกิดความสามารถแข่งขันที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันต่อความสามารถในการแข่งขัน และวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลกับความสัมพันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

การที่บริษัทสามารถสร้างสรรค์และรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้ยั่งยืนได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้น 4 ประการ คือ

ประการที่ 1 ธรรมชาติของการแข่งขันและแหล่งความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจะมีความแตกต่างกันไปตามธุรกิจและสาขาธุรกิจ (Industry segments) ดังนั้นจะต้องพิจารณาองค์ประกอบในวงกว้างทั้งประเภทของธุรกิจและแหล่งของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ประการที่ 2 ผู้แข่งขันในระดับโลก จะมีกิจกรรมบางส่วนในห่วงโซ่มูลค่าอยู่นอกประเทศ โดยมีต้นแบบจากประเทศตนเอง ซึ่งเป็นที่กำหนดโดยยุทธศาสตร์พัฒนากระบวนการทำงาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักเป็นแหล่งสะสมทักษะที่จำเป็นและทรงคุณค่าความได้เปรียบจะเกิดจากกิจกรรมในประเทศบูรณาการกับนอกประเทศ

ประการที่ 3 บริษัทจะเพิ่มและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ด้วยการปรับปรุงและยกระดับนวัตกรรม โดยนวัตกรรมจะได้จากการสะสมและการพัฒนาที่ละเอียด

ที่ละน้อย เท่า ๆ กับการค้นพบวิวัฒนาการสมัยใหม่บน ก้าวกระโดด การได้เปรียบจะเกิดขึ้นเมื่อบริษัทเปลี่ยน ฐานการแข่งขัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาทั้งในแนวลึก และแนวกว้าง การเปลี่ยนฐานการแข่งขันที่มีมาจากการ พิธีพีดันของสาขาธุรกิจ และนวัตกรรมที่นำมาใช้จะต้อง เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ก่อประโยชน์ ต่อบริษัท

ประการที่ 4 บริษัทที่เพิ่มความสามารถในการ แข่งขันให้สูงขึ้นได้ นอกจากการรับรู้ความต้องการใหม่ ๆ ของตลาดหรือได้รับเทคโนโลยีใหม่แล้วยังต้องทำการ ปรับเปลี่ยน วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลกระทบทำให้ความ สามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเป็นไปอย่างช้า ไม่สามารถแข่งขันได้รวดเร็วทันกับความเปลี่ยนแปลงใน โลกธุรกิจไร้พรมแดน

ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร สามารถ วัดได้จากความสามารถจากการทำกำไร (Profitability) หรือ ในอีกด้านหนึ่งอาจวัดได้จากอัตราการขยายตัว (Expansion) ของธุรกิจดังเช่น

- การเติบโตในส่วนแบ่งตลาด
- ความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงาน
- การเพิ่มยอดขาย

ซึ่งธุรกิจควรให้ความสำคัญ เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาองค์กร ให้ทั้งองค์กรสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง ในตลาดเดียวกันได้ และยุทธศาสตร์ความสามารถในการ แข่งขันที่องค์กรธุรกิจจะนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ใน ด้านต่าง ๆ คือ ความได้เปรียบจากขนาด ความได้เปรียบจาก การสร้างความแตกต่าง ความได้เปรียบจากส่วนแบ่งตลาด ที่แข่งขัน ซึ่งความได้เปรียบเหล่านี้้องค์กรควรรักษาไว้ ให้อยู่กับบริษัทให้นานที่สุด ให้บริษัทมีความสามารถแข่งขัน กับคู่แข่งได้อย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาลักษณะค่านิยมโดยใช้ มิติทาง วัฒนธรรม พบว่า

1. มิติทางวัฒนธรรมด้านความแตกต่างด้านอำนาจ (Power distance) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่าองค์กรใน ปัจจุบันมีความเสมอภาคกันมากขึ้น ในสังคม ให้ทุกคนในองค์กรสามารถแสดงความคิดเห็น ได้อย่างเสรีมากขึ้น ทำให้องค์กรพร้อมที่จะเผชิญกับการ

แข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอนาคต และสามารถแก้ปัญหา ได้อย่างรอบคอบ

2. มิติทางวัฒนธรรมด้านความแตกต่างด้านความ เป็นส่วนตัว (Individualism) มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ เน้นความ เป็น กลุ่มมากกว่าปัจเจกบุคคล ดังนั้นค่านิยมที่สะท้อนออก มาจึงเป็นค่านิยมที่รักษาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลและ เน้นความเป็นกลุ่ม แสดงให้เห็นถึงความสามัคคีในการ อยู่ร่วมกันในองค์กร

3. มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างการ แบ่งแยกชาย/ หญิง (Masculinity) มีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง แสดงให้เห็นถึง ความเสมอภาคในการทำงาน การยอมรับว่าทุกคนในองค์กรมีสิทธิเท่าเทียมกัน

4. มิติทางวัฒนธรรม ด้านความแตกต่างด้านการ หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Uncertainty avoidance) มีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง มีลักษณะหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าข้อบกพร่อง ในการทำงานน้อยลง เนื่องจากปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่วางไว้

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยความ ได้เปรียบในการแข่งขันต่อความสามารถในการแข่งขัน ขององค์กรพบว่ามีความสัมพันธ์กันและเมื่อนำมิติทาง วัฒนธรรม มาพิจารณาร่วมกันพบว่าความสามารถในการ แข่งขันขององค์กร ขึ้นอยู่กับปัจจัยความได้เปรียบในการ แข่งขัน และมิติทางวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่าการพิจารณา ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรจะต้องนำ ปัจจัยอื่นๆ เกี่ยวกับองค์ประกอบขององค์กรมาพิจารณาร่วมด้วย เช่น โครงสร้างองค์กร ทักษะทางการบริหารและภาวะผู้นำ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การเรียนรู้และพัฒนา องค์กร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ กำหนดกลุ่ม ตัวอย่างเป็นผู้บริหารบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม อมตะนคร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปหากมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ควรศึกษาในเขต นิคมอุตสาหกรรมอื่น หรือในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อจะได้ทราบ ถึงปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึง

ภาพรวมในปัจจุบันความได้เปรียบในการศึกษาของในทุกธุรกิจไม่มีการแยกเฉพาะรายธุรกิจที่มีความเหมือนกัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาแยกเฉพาะรายธุรกิจที่สนใจ เพื่อจะได้นำข้อสรุปมาปรับใช้ในธุรกิจเฉพาะรายได้ ซึ่งจะมีความแม่นยำมากขึ้น

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ศึกษาความสัมพันธ์ของ ความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสามารถในการ

แข่งขัน และมีทิศทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลกับความสัมพัทธ์นั้น ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรอิทธิพลในด้านวัฒนธรรมองค์กร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปตัวแปรอิทธิพลอื่น ๆ เช่น โครงสร้างองค์กร ทักษะทางการบริหารและภาวะผู้นำ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การเรียนรู้และพัฒนาองค์กร เป็นต้น

บรรณานุกรม

- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2550). วันที่ค้นข้อมูล 28 มิถุนายน 2550, เข้าถึงได้จาก http://www.icat.go.th/index_thtest.php?lang=th.
- กิตติคุณ วัชรณชัย. (2547). *วัฒนธรรมสังคม วัฒนธรรมองค์กร และผู้นำที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบรรษัทข้ามชาติ ประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, คณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2547). *ธุรกิจระหว่างประเทศและการปรับตัวของธุรกิจไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวัฒน์ ตันติภาสวสิน. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ความพึงพอใจในงาน กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ของพนักงานบริษัท ซี พี เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัชนิกร เศรษฐรัฐ. (2532). *สังคมและวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพฯ: พิมเนส.
- ศูนย์ข่าวศรีราชา. (2555). *ลงทุนภาคอุตสาหกรรม ดอ.ครึ่งปีแรก 55 ทะลุแสนล้าน*. วันที่ค้นข้อมูล 12 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9550000096262>.
- สุนทร วงศ์ไวยวรรณ. (2540). *วัฒนธรรมองค์กร: แนวคิด งานวิจัยและประสบการณ์*. กรุงเทพฯ: โปร้เพช.
- สภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี. (2555). *โครงสร้างภาคอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี*. วันที่ค้นข้อมูล 12 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.ftichonburi.org/index.php?mo=10&art=368138>
- สุวิชัย สุภรานนท์. (2549). *ยุทธศาสตร์การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบที่ชนะคู่แข่งตลอดกาล*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley & Son.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Newbury Park, CA: Sage.
- (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ming-Y- Wu. (2006). *Hofstede's cultural dimensions 30 years later: a study of Taiwan and the United States*. *International Communication Studies XV*. Retrieved December 12, 2012, from www.uri.edu/iaics/content/2006v15n1/04%20Ming-Yi%20Wu.pdf
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw Hill.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press, A Division of Simon & Schuster Inc.
- Yamane, T. (1967). *Elementary Sampling Theory*, USA: Prentice Hall.