บทที่ 4

ผลการวิจัย

บทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นข้อค้นพบจากการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จึงประกอบด้วย 2 ประเด็น ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ผลการวิเคราะห์การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 8 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์ (n=121 คน)

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ			
	ชาย	74	61.20
	หญิง	47	38.80
2.อายุ			
	25-30 ปี	8	6.60
	31-35 ปี	20	16.50
	36-40 ปี	29	24.00
	41-45 ปี	21	17.40
	46-50 ปี	27	22.30
	51-55 ปี	11	9.10
	56-60 ปี	5	4.10

ตารางที่ 8 ร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์(ต่อ) (n=121คน)

3.ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	47	38.80
	ปริญญาตรี	63	52.10
	ปริญญาโท	10	8.30
	ปริญญาเอก	1	0.80
4.ประสบการณ์การ-			
ทำงาน	1-5 ปี	6	4.90
	6-10 ปี	11	9.10
	11-15ปี	37	30.60
	16 ปีขึ้นไป	67	55.40
5.จำนวนพนักงาน			
	1-50 คน	60	49.60
	51-100 คน	13	10.70
	101-150 คน	4	3.30
	151-200 คน	20	16.50
	201-250 คน	18	14.90
	251-300 คน	6	5.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 36-40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาคืออายุระหว่าง 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาคือจำนวนพนักงานระหว่าง 151-200 คน คิดเป็นร้อยละ16.50 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงจำนวนพนักงานระหว่าง 201-250 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 ผู้บริหารโรงงานเซรามิก มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.10 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 38.80 โดยมีประสบการณ์การทำงานเฉลี่ย 16 ปีขึ้นไปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.40 รองลงมาคือประสบการณ์ทำงานเฉลี่ย 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.60

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง ก่อนที่จะนำเสนอผลการวิเคราะห์การพัฒนาโมเดล จะต้องผ่านกระบวนการทดสอบข้อมูลเบื้องต้น เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลเหล่านี้เหมาะสมหรือกลั่นกรองก่อนที่จะพัฒนาโมเดลต่อไป ดังนั้นในประเด็นนี้จะพิจารณา 2 ประเด็น คือ การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติและการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

1. ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบด้วยข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
1.คุณภาพของทีมงาน				
1.1 องค์กรมีการรวมกลุ่มของทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือทักษะต่าง ๆ กัน	3.95	.75	-.158	-.615
1.2 องค์กรนำทักษะของทีมงานที่หลากหลายมาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน	3.88	.62	.081	-.419
1.3 องค์กรการพัฒนาของทีมงานมีอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.90	.62	-.346	.682
1.4 ทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคการทำงาน	3.82	.69	-.372	.316
2.ความรับผิดชอบต่อสังคม				
2.1 องค์กรมีนโยบายความรับชอบต่อชุมชนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	3.83	.72	.126	-.786
2.2 องค์กรมีนโยบายความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.74	.71	-.001	-.356
2.3 องค์กรมีนโยบายความรับผิดชอบในสินค้าต่อลูกค้า	3.88	.74	.066	-.89
2.4 องค์กรมีการทำงานที่โปร่งใสเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อผู้ลงทุน	3.77	.71	.214	-.741

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
3.ความเข้าใจในคุณภาพ				
3.1 องค์กรมีการวางแผนการทำงานที่มีคุณภาพ	3.80	.73	.333	-.093
3.2 องค์กรมีกิจกรรมการทำงานที่มีคุณภาพ	3.68	.70	.391	-.706
3.3 องค์กรนำความต้องการของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพมาปรับปรุงการทำงาน	3.66	.77	.333	-.758
3.4 องค์กรมีการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยสำหรับลูกค้า	3.78	.76	.388	-.195
4.ความสามารถของพนักงาน				
4.1 องค์กรมีการวางแผนการฝึกอบรมหรือพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน	3.55	.75	.232	.286
4.2 องค์กรมีการฝึกอบรมหรือพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน	3.82	.72	.146	-.812
4.3 องค์กรมีการสร้างพันธมิตรกับบุคคลภายนอกเพื่อแสวงหาแนวคิดใหม่ ๆ มาปฏิบัติงาน	3.65	.62	0.15	-.239
4.4 องค์กรมีการรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถไว้	3.69	.75	.091	-.501
4.5 องค์กรมีการพัฒนาพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานต่ำกว่าเกณฑ์	3.61	.69	.409	-.489

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
5.ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของพนักงาน				
5.1 องค์กรให้พนักงานแสดงความคิดเห็นได้ได้อย่างอิสระ	3.59	.72	.261	.360
5.2 องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานปรับปรุงการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็ว	3.65	.69	.431	-.623
5.3 องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ความสำเร็จและความล้มเหลวที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อนำมาพัฒนางานตนเอง	3.66	.72	.462	-.750
5.4 องค์กรมีการจัดกิจกรรมการจัดการความรู้ในองค์กร	3.64	.71	.097	-.350
6.ทัศนคติของพนักงาน				
6.1 องค์การมีพนักงานเข้าและลาออกจากงานลดลง	3.56	.66	.278	-.291
6.2 พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	3.64	.72	.665	-.841
6.3 พนักงานให้ความร่วมมือในการทำงาน	3.67	.70	.557	-.855
6.ทัศนคติของพนักงาน (ต่อ)				
6.4 พนักงานมีความมั่นคงในอาชีพ	3.73	.75	-.124	.368
6.5 พนักงานมีความเสียสละในการทำงาน	3.65	.73	.404	-.672
7.ทักษะทางสังคมของผู้บริหาร				
7.1 ผู้บริหารยอมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.78	.72	.349	-.013
7.2 ผู้บริหารเอาใจใส่กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.68	.65	.439	-.721
7.3 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส มีมิตรภาพ	3.69	.66	.445	-.755
7.4 ผู้บริหารจัดการความขัดแย้งได้ดี	3.74	.68	.230	-.631

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
8.ทักษะความคิดรวบยอดของผู้บริหาร				
8.1 ผู้บริหารมีความเข้าใจความซับซ้อนและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานขององค์กร	3.66	.65	.294	-.503
8.2 ผู้บริหารมีความริเริ่มสร้างสรรค์ในลักษณะนามธรรมมากกว่ารูปธรรม	3.63	.68	.130	-.317
8.3 ผู้บริหารเข้าใจสถานการณ์หรือ ปัญหาและความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาและหาทางออกได้ดีในสถานการณ์นั้น	3.72	.61	.253	-.600
8.4 ผู้บริหารสามารถจัดการงานได้บรรลุตามตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	3.71	.73	.366	-.083
9.ความฉลาดและความคล่องแคล่วของผู้บริหาร				
9.1 ผู้บริหารมีความมั่นคงทางอารมณ์	3.66	.66	.509	-.715
9.2 ผู้บริหารมีความคล่องตัวในการร่วมงานกับผู้อื่น	3.59	.71	.637	-.586
9.3 ผู้บริหารสามารถแก้ไขความขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์	3.69	.68	.470	-.792
9.4 ผู้บริหารตัดสินใจได้รวดเร็วและถูกต้อง	3.76	.68	.344	-.839
9.5 ผู้บริหารมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.76	.71	.374	-.980
10 ผู้บริหารรักษาสัญญากับผู้ซื้อ				
10.1 ผู้บริหารแจ้งให้ผู้ซื้อทราบถึงข้อตกลงที่ในสัญญาอย่างชัดเจน	3.76	.70	.379	-.909
10.2 ผู้บริหารได้ปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงกับผู้ซื้อ	3.71	.75	.519	-.071

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
10 ผู้บริหารรักษาสัญญากับผู้ซื้อ (ต่อ)				
10.3 ผู้บริหารได้จัดการปัญหาข้อร้องเรียนจากลูกค้า	3.66	.74	.625	-.948
10.4 ผู้บริหารได้เปลี่ยนแทนให้กับลูกค้าในกรณีที่ไม่เป็นไปตามสัญญาที่ตกลงกัน	3.65	.73	.404	-.672
11.ผู้บริหารรักษาความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ				
11.1 ผู้บริหารมีนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.66	.74	.525	-.827
11.2 ผู้บริหารมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.80	.74	.201	-.921
11.3 ผู้บริหารมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	3.71	.62	.299	-.632
11.4 ผู้บริหารให้มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังทำให้ลูกค้าประทับใจ	3.61	.69	.681	-.705
12.ความสามารถในการสื่อสารของผู้บริหาร				
12.1 ผู้บริหารสามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย	3.67	.66	.462	-.721
12.2 ผู้บริหารสามารถพูดจาโน้มน้าวให้ผู้อื่นเห็นด้วยและยอมรับในความคิดเห็น	3.62	.67	.607	-.676
12.3 ผู้บริหารประกาศวิสัยทัศน์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ โดยการเขียนป้ายข้อความหรือคำขวัญ	3.68	.69	.364	-.659
12.4 ผู้บริหารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แสดงความความคิดเห็นหรือยินดีเป็นผู้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	3.73	.75	.237	-.765

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
13.การสื่อสารแบบใหม่ขององค์กร				
13.1 องค์กรมีการวางแผนการสื่อสารที่หลากหลาย	3.70	.66	.251	-.537
13.2 องค์กรใช้วิธีการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อติดต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.65	.72	-.152	-.587
13.3 องค์กรใช้ช่องทางการสื่อสารทางเครือข่ายอินเตอร์เน็ต เพื่อติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.58	.73	.328	-.440
13.4 องค์กรมีการสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น หนังสือ ประกาศ คำสั่ง เป็นต้น และการสื่อสารไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุย การรับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น ควบคู่กันในการสื่อสาร	3.69	.76	.237	-.687
14.การใช้สารสนเทศร่วมกัน				
14.1 องค์กรมีการวางแผนการใช้สารสนเทศร่วมกัน	3.57	.69	.507	-.410
14.2 องค์กรมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวกับสารสนเทศ	3.56	.71	.467	-.397
14.3 ผู้บริหารและพนักงานมีกระบวนการจัดการสารสนเทศร่วมกัน เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนกัน	3.74	.67	.037	-.322
14.4 ผู้บริหารและพนักงานนำสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน	3.63	.69	.179	-.370
15.ความสามารถในนวัตกรรม				
15.1 องค์กรมีการวางแผนนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน	3.60	.68	.397	-.449

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
15.ความสามารถในนวัตกรรม (ต่อ)				
15.2 องค์กรมีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวกับปฏิบัติงาน	3.60	.71	-.091	.633
15.3 องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานคิดค้นนวัตกรรมในการทำงาน	3.61	.68	.186	-.340
15.4 องค์กรนำนวัตกรรมมาปฏิบัติงาน เพื่อลดต้นทุนหรือทำให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น	3.68	.74	-.042	.369
16.มีความเข้าใจในมาตรฐานคุณภาพระดับสูง				
16.1 องค์กรมีการวางแผนมาตรฐานคุณภาพในการปฏิบัติงาน	3.70	.72	.397	-.794
16.2 องค์กรมีระบบมาตรฐานคุณภาพในการปฏิบัติงาน	3.70	.71	-.091	-.582
16.3 องค์กรมีการฝึกอบรมเรื่องคุณภาพของผู้ปฏิบัติงานสม่ำเสมอ	3.65	.74	.186	-.717
16.4 องค์กรมีทบทวนมาตรฐานคุณภาพการปฏิบัติ	3.60	.72	.635	-.634
17.มีความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าระดับสูง				
17.1 องค์กรมีการวางแผนมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า	3.63	.68	.449	-.580
17.2 องค์กรปรับทัศนคติพนักงานให้มีจิตสำนึกในการให้บริการ	3.59	.67	.545	-.508
17.3 องค์กรมีมาตรฐานการให้บริการที่เสมอภาค และยุติธรรมกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน	3.85	.68	.029	-.470

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
17.มีความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าระดับสูง (ต่อ)				
17.4 องค์กรมีการแจ้งให้พนักงานทุกคนรับทราบปัญหาหรือจุดวิกฤติใหม่ ๆ เพื่อนำมาตั้งเป็นเป้าหมายใหม่ในการปรับปรุงแก้ไขการบริการให้ดีขึ้น	3.69	.66	.105	-.347
18.ความสามารถในการทำงานเป็นทีม				
18.1 ผู้บริหารและพนักงานมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วม	3.77	.76	.184	-.865
18.2 ผู้บริหารและพนักงานมีการเปิดเผยและพร้อมเผชิญหน้า เพื่อการแก้ปัญหาร่วมกัน	3.75	.66	.320	-.747
18.3 พนักงานทุกคนมีความพร้อมเพียงในการปฏิบัติงานร่วมกัน	3.70	.70	.344	-.695
18.4 พนักงานทุกคนยินดีรับฟังความคิดเห็นและพร้อมใจกันในการปฏิบัติ ถ้าสิ่งนั้นทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร	3.76	.70	.236	-.721
19. การออกแบบให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน				
19.1 องค์กรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายขององค์กร	3.66	.69	.264	-.516
19.2 องค์กรให้พนักงานแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระที่เกี่ยวข้องกับงาน	3.60	.71	.470	-.519
19.3 องค์กรยอมรับฟังความคิดเห็นของพนักงานและนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน	3.60	.72	.635	-.634

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (ต่อ) (n=121 ราย)

ตัวแปรประจักษ์	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
19. การออกแบบให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน (ต่อ)				
19.4 องค์กรมีการแต่งตั้งพนักงานระดับต่าง ๆ ให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน	3.59	.67	.708	-.603
20.ยอดขายเพิ่มขึ้น				
20.1 องค์กรมียอดสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น	3.66	.69	.264	-.516
20.2 องค์กรมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม	3.60	.71	.470	-.519
20.3 องค์กรมียอดซื้อซ้ำจากลูกค้าเดิมเพิ่มขึ้น	3.60	.72	.635	-.634
20.4 องค์กรมียอดขายมากกว่าปีก่อน	3.59	.67	.708	-.603
21.กำไรเพิ่มขึ้น				
21.1 องค์กรมีความสามารถในการทำกำไร	3.84	.74	.136	-.897
21.2 องค์กรมีค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อบกพร่องของสินค้าลดลง ทำให้กำไรเพิ่มขึ้น	3.70	.71	.230	-.582
21.กำไรเพิ่มขึ้น (ต่อ)				
21.3 องค์กรมีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแทนสินค้าที่ชำรุดลดลง ทำให้กำไรเพิ่มขึ้น	3.61	.67	.465	-.539
21.4 องค์กรมีกำไรมากกว่าปีก่อน	3.50	.68	.381	-.193
22.อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์				
22.1 องค์กรมีการวางแผนการใช้สินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ	3.57	.71	.163	-.297
22.2 องค์กรมีการใช้สินทรัพย์ลดลง	3.51	.70	.170	-.220
22.3 องค์กรมีความเสียหายของสินทรัพย์ลดลง	3.52	.79	-.046	.111
22.4 องค์กรมีการลงทุนสร้างกำไรหรือยอดขายได้	3.42	.81	-.193	.875

23.อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน				
23.1 องค์กรมีวางแผนสำหรับการลงทุน	3.57	.73	-.023	-.436
23.2 องค์กรคำนึงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน	3.61	.58	.296	-.712
23.3 องค์กรมีการหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนการกู้ยืมที่ต่ำกว่าแหล่งอื่น	3.57	.66	.580	-.441
23.4 องค์กรสามารถสร้างกำไรได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน	3.49	.70	.372	-.198
24.ต้นทุนการผลิตลดลง				
24.1 องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นต้นทุนลดลง	3.53	.69	.469	-.298
24.2 องค์กรมีของเสียจากการผลิตลดลง	3.58	.65	.672	-.562
24.3 องค์กรไม่ต้องแก้ไขงานที่ทำผิดพลาด	3.43	.74	-.169	.067
24.4 องค์กรมีการผลิตได้เร็ว ทำให้ต้นทุนค่าแรงลดลง	3.44	.71	.191	.620
25.สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น				
25.1 สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	3.47	.68	.821	-.041
25.2 สินค้านำมาใช้งานในหน้าที่ได้ดี	3.78	.70	-.091	-.253
25.3 สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.49	.76	-.031	.788
25.4 สินค้ามีความคงทนในการใช้งาน	3.52	.81	-.420	.994
25.5 สินค้ามีคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นจากผู้ผลิตอื่น	3.70	.74	-.177	.459

Mean =ค่าเฉลี่ย , SD = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน , kewness = ค่าความเบ้ , Kurtosis = ค่าความโด่ง

จากตารางที่ 9 เป็นการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติ (univariate normal distribution) จากตัวแปรประจักษ์ หรือ ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเบ้ ค่าความโด่งอยู่ในเกณฑ์การวัดค่า ค่าความเบ้และค่าความโด่ง ส่วนใหญ่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นการแจกแจงข้อมูลมีลักษณะเป็นโค้งปกติ เนื่องจากค่าความเบ้ ค่าความโด่งเข้าใกล้ศูนย์

การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง โมเดลที่พัฒนาผู้วิจัยเริ่มจากสมมติฐาน (hypothesized model) และโมเดลที่เกิดจาการพัฒนาปรับโมเดล (modified mode) ของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยนำเสนอด้วยตาราง 10 และภาพที่ 6ประกอบกันดังนี้

ตารางที่ 10 ค่าสัมประสิทธิอิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และค่า T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model (n=121 ราย)

Path Diagram	**Path Coefficients**	**Standard Error**	**T-value**
LAMDA=X			
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ คุณภาพทีมงาน	.38	.05	8.42
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ ความรับผิดชอบต่อสังคม	.51	.05	11.34
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ ความเข้าใจในคุณภาพ	.57	.04	12.36
ทุนมนุษย์ ⟶ ความสามารถของพนักงาน	.48	.04	11.40
ทุนมนุษย์ ⟶ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของพนักงาน	.46	.04	11.02
ทุนมนุษย์ ⟶ ทัศนคติของพนักงาน	.43	.04	11.65
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ทักษะทางสังคม	.50	.04	10.90
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ทักษะทางความคิด	.40	.04	12.83
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ฉลาดและคล่องแคล่ว	.51	.05	12.04
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ รักษาสัญญากับผู้ซื้อ	.58	.04	12.97
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	.51	.04	11.98
การสื่อสารขององค์กร ⟶ ความสามารถในการสื่อสาร	.49	.04	11.06
การสื่อสารขององค์กร ⟶ การสื่อสารแบบใหม่	.49	.05	11.16
การสื่อสารขององค์กร ⟶ การใช้สารสนเทศร่วมกัน	.50	.04	10.65
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความสามารถในนวัตกรรม	.49	.05	11.20
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความเข้าใจในคุณภาพระดับสูง	.51	.04	12.23

ตารางที่ 10 ค่าสัมประสิทธิอิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และค่า T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model (ต่อ) (n=121 ราย)

Path Diagram	**Path Coefficients**	**Standard Error**	**T-value**
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าระดับสูง	.48	.04	12.21
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	.50	.04	11.04
วัฒนธรรมองค์กร ⟶การออกแบบการมีส่วนร่วม	.47	.04	12.10
LAMDA=Y			
ความสามารถในการแข่งขัน ⟶ต้นทุนการผลิตลดลง	.44	-	-
ความสามารถในการแข่งขัน ⟶สินค้ามีคุณภาพที่สูงขึ้น	.44	.05	8.12
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	.48	-	-
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ยอดขายเพิ่ม	.40	.04	9.20
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶กำไรเพิ่ม	.49	.05	10.37
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	.48	.04	12.95
GAMMA			
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	2.14	.10	8.50
ชื่อเสียงของสินค้า ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	3.32	.02	11.00
ทุนมนุษย์ ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	1.77	.16	21.00
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	.53	.14	13.00
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	.34	.15	10.01
การสื่อสารขององค์กร ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	1.58	.12	21.00
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ความสามารถในการแข่งขัน	1.91	.15	14.00
BETA			
ความสามารถในการแข่งขัน ⟶ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	.88	.10	8.17

จากตารางที่ 10 และภาพที่ 6 พบว่าค่า Chi-square (χ^2) เท่ากับ 557.66 ณ ระดับองศาอิสระ (df) ที่ 246 ค่า p-value = 0.0000 และค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 557.66/246 = 2.26 ซึ่งเป็นค่าที่สะท้อนว่าโมเดลสมมติฐานยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ตามการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์Hair et al,1998 และสุภมาส อังศุโชติ และคนอื่น ๆ , 2551) ซึ่งโมเดลสมมติฐานที่ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงพัฒนาโมเดล หรือ ปรับโมเดล (modified model) เพื่อให้ค่าสถิติเหล่านี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยอาศัยหลักการปรับโมเดลคือยอมให้ความคาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้บนพื้นฐานหรือทฤษฎีที่นำมาศึกษา (error variance) และผลของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) จะยังคงเส้นทางเดิมไว้ เพื่อให้อธิบายได้บนข้อมูลสนับสนุนมากที่สุด จากการพัฒนาโมเดลใหม่ ได้ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลลิสเรล ปัจจัยเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ดังตารางที่ 11 และภาพที่ 7

ตารางที่ 11 ค่าสัมประสิทธิอิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และค่า T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model (n=121 ราย)

Path Diagram	**Path Coefficients**	**Standard Error**	**T-value**
LAMDA=X			
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ คุณภาพทีมงาน	.39	.04	8.77*
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ ความรับผิดชอบต่อสังคม	.51	.04	11.27*
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ ความเข้าใจในคุณภาพ	.49	.04	12.25*
ทุนมนุษย์ ⟶ ความสามารถของพนักงาน	1.02	.19	5.27*
ทุนมนุษย์ ⟶ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของพนักงาน	.45	.04	11.44*
ทุนมนุษย์ ⟶ ทัศนคติของพนักงาน	.41	.04	10.61*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ทักษะทางสังคม	.50	.04	11.67*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ทักษะทางความคิด	.41	.04	10.97*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ฉลาดและคล่องแคล่ว	.51	.04	12.94*

ตารางที่ 11 ค่าสัมประสิทธิอิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และ T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model(ต่อ)(n=121 ราย)

Path Diagram	**Path Coefficients**	**Standard Error**	**T-value**
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ รักษาสัญญากับผู้ซื้อ	.57	.05	11.87*
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	.52	.04	13.20*
การสื่อสารขององค์กร ⟶ ความสามารถในการสื่อสาร	.46	.07	5.14*
การสื่อสารขององค์กร ⟶ การสื่อสารแบบใหม่	.49	.04	11.18*
การสื่อสารขององค์กร ⟶ การใช้สารสนเทศร่วมกัน	1.08	.28	3.78*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความสามารถในนวัตกรรม	.48	.04	11.14*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความเข้าใจในคุณภาพระดับสูง	.50	.04	11.21*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าระดับสูง	.47	.04	11.59*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	.48	.04	11.39*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ การออกแบบการมีส่วนร่วม	.46	.04	10.80*
LAMDA=Y			
ความสามารถในการแข่งขัน ⟶ ต้นทุนการผลิตลดลง	.44	-	-
ความสามารถในการแข่งขัน ⟶ สินค้ามีคุณภาพที่สูงขึ้น	.44	.05	8.31*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	.48	-	-
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ ยอดขายเพิ่ม	.42	.05	9.33*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ กำไรเพิ่ม	.46	.04	10.27*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ⟶ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	.45	.04	12.66*
GAMMA			
ชื่อเสียงขององค์กร ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	.08	.05	12.01*
ชื่อเสียงของสินค้า ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	5.61	.04	10.31*
ทุนมนุษย์ ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	3.24	.02	6.69*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	5.25	.10	13.85*
ความไว้เนื้อเชื่อใจ ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	.74	.03	11.14*

ตารางที่ 11 ค่าสัมประสิทธิอิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และ T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model(ต่อ)(n=121 ราย)

Path Diagram	**Path Coefficients**	**Standard Error**	**T-value**
การสื่อสารขององค์กร ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	1.26	.05	7.41*
วัฒนธรรมองค์กร ⟶ ความสามารถในการแข่งขัน	3.50	.02	14.62*
BETA			
ความสามารถในการแข่งขัน⟶ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	.90	.10	8.79*

จากตารางที่ 11 และภาพที่ 7 ผลการพัฒนาโมเดลพบว่าโมเดลการวิจัยที่สร้างขึ้นตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เกิดจากกระบวนการปรับโมเดลตามข้อตกลงเบื้องต้นที่ยอมให้ความคาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ตามหลักการของ Joveskog (1993) โดยพิจารณาตามข้อเสนอแนะในโปรแกรมลิสเรล จากค่าดัชนีดัดแปร (modificationin dex : MI)ที่มีค่าสูงและค่าบอกขนาดและทิศทางของพารามิเตอร์ที่กำลังปรับและมีค่าสูงให้มีค่าลดลงในประเด็นการปรับตัวแปรประจักษ์ภายนอก (observe variables) ในกลุ่มตัวแปรแฝงภายนอก ตัวแปรที่ปรับตัว ความเข้าใจในคุณภาพ (nteam) ปรับเข้ากับความเข้าใจในมาตรฐานการบริการ (nservi) ความเข้าใจในมาตรฐานงาน (nqhi) ปรับเข้ากับความเข้าใจในคุณภาพ (nunde) การสื่อสารองค์กร (nif) ปรับเข้ากับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ (nprom) ความสามารถในการสื่อสาร (ncomu) ปรับเข้ากับความรับผิดชอบต่อสังคม (nsoc)

ส่วนการปรับตัวแปรประจักษ์ภายใน กลุ่มตัวแปรแฝงภายในตัวแปรที่ปรับคือ ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (nprof) ปรับเข้ากับต้นทุนการผลิตที่ลดลง (ncost) ยอดขายเพิ่มขึ้น (nsale) ปรับเข้ากับต้นทุนการผลิตที่ลดลง (ncost) และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (nroa) ขณะเดียวกันผู้วิจัยยังปรับตัวแปรแฝงภายนอก คือ ชื่อเสียงของสินค้าปรับเข้ากับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกัน (nif) และยังปรับเข้ากับความสามารถในการสื่อสาร (ncomu) และตัวแปรแฝงภายนอกที่ปรับเป็นลำดับต่อมา คือ การสื่อสารขององค์กรปรับเข้ากับความเข้าใจในมาตรฐานของงาน (nunde) จะเห็นได้ว่าการปรับโมเดลที่นำเสนอข้างต้นเป็นตัวแปรที่ค่อนข้างให้ทำนายร่วมกันได้ ทำให้ผลการวิจัยค่อนข้างชัดเจน หลังจากการปรับโมเดลตามหลักของ Joveskog (1993) ทำให้การพัฒนาโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่าเดิมดังค่าสถิติวัดความสอดคล้องของทั้งสองโมเดลดังตารางที่ 12

ตาราง 12 เปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่ทดสอบ	Hypothesized Model	Modified Model
Chi-square	557.66	367.99
df	246	230
p-value	0.0000	0.0000
χ^2/df	2.26	1.59
RMR	0.075	0.06
GFI	.83	.93
AGFI	.84	.87
RMSEA	.103	.071

จากตารางที่ 12 แสดงค่าสถิติที่ทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง โดยมีค่า Chi-square ก่อนปรับโมเดลเท่ากับ 557.66 หลังปรับลดลงเป็น 367.99 ซึ่งนงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ระบุว่าถ้าค่า Chi-square ที่ได้ลดลงกว่าค่าแรกมาก แสดงว่าโมเดลใหม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น ค่า χ^2/df ก่อนปรับเท่ากับ 2.26 หลังปรับลดลงเป็น 1.59 (ซึ่งไม่ควรเกิน 2) ค่า RMSEA หรือ Root mean square error of approximation ก่อนปรับเท่ากับ .103 หลังปรับ

โมเดลเป็น .071 ส่วนค่าอื่น ๆ ก็อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าใกล้เคียงกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพิ่มขึ้นกว่าเดิม การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง พบว่าโมเดลสมมติฐานสอดคล้องหรือเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามตารางที่ 11 ที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 และจากโมเดลสมการโครงสร้างเรียงตามลำดับความสำคัญของเส้นทางอิทธิพลจากมากไปหาน้อยพบว่า ทุนมนุษย์ (5.61) ความไว้เนื้อเชื่อใจ (5.25) ชื่อเสียงของสินค้า (3.50) ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง (3.24) วัฒนธรรมองค์กร (1.26) การสื่อสารขององค์กร (.74) และชื่อเสียงขององค์กร (.08) ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง ซึ่งสามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 79 ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 ขณะเดียวกันปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปางส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยเส้นทางอิทธิพล (path coefficient) เท่ากับ .90 และสามารถทำนายได้ร้อยละ 76

เมื่อพิจารณาถึงน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ของปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ ยังพบว่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแต่ละตัว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ความสามารถของพนักงาน (1.02) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (.45) และทัศนคติของพนักงาน(.41) สามารถอธิบายความเป็นทุนมนุษย์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การรักษาสัญญากับผู้ซื้อ (.57) ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ (.52) สามารถอธิบายความไว้เนื้อเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ความเข้าใจในคุณภาพ (.49) สามารถอธิบายความเป็นชื่อเสียงของสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ความฉลาดและคล่องแคล่ว (.51) ทักษะทางสังคม (.50) และทักษะทางความคิด (.41) สามารถอธิบายความเป็นทักษะของการจัดการของผู้บริหารระดับสูงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความเข้าใจในมาตรฐานงาน (.50) ความสามารถในนวัตกรรม (.48) การทำงานเป็นทีม (.48) ความเข้าใจในมาตรฐานบริหาร (.47) และการมีส่วนร่วมในการบริหาร (.46) สามารถอธิบายความเป็นวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ต้นทุนการผลิตลดลง (.44) และสินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น (.44) สามารถอธิบายความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (.48) ผลกำไรเพิ่ม (.46) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (.45) และยอดขายเพิ่ม (.42) สามารถอธิบายผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ จากความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิดในภาพที่ 4 เพื่อพิสูจน์แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแสดงในแบบตารางตัวแปรเชิงสาเหตุ หรือตัวแปรอิทธิพลและตัวแปรผล ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผลของตัวแปรเชิงสาเหตุ ตัวแปรผลและอิทธิพลรวม

ตัวแปรเหตุ (ตัวแปรอิทธิพล)										
ตัวแปรผล	**R^2**	**อิทธิพล**	**ชื่อเสียงขององค์กร**	**ชื่อเสียงของสินค้า**	**ทุนมนุษย์**	**ทักษะการจัดการของผู้บริหารฯ**	**ความไว้เนื้อเชื่อใจ**	**การสื่อสารขององค์กร**	**วัฒนธรรมองค์กร**	**ความสามารถในการแข่งขัน**
ความสามารถในการแข่งขัน	.73	ตรง	.08*	3.50*	5.61*	3.24*	5.25*	.74*	1.26*	.90*
		อ้อม	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม			.08	3.50	5.61	3.24	5.25	.74	1.26	.90
ผลการดำเนินงาน	.76	ตรง	-	-	-	-	-	-	-	.90*
		อ้อม	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม			-	-	-	-	-	-	-	.90

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 เป็นโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับแล้ว สามารถอธิบายอิทธิพลเชิงสาเหตุได้ดังนี้

1. ชื่อเสียงขององค์กร ชื่อเสียงของสินค้า ทุนมนุษย์ ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูงความไว้เนื้อเชื่อใจ การสื่อสารขององค์กร และวัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับความสามารถในการแข่งขัน

2. ความสามารถในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

บทที่ 5

การสรุปการวิจัยและการเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัย

การสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย จะเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก และปัจจัยเหล่านั้นมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไร จากโมเดลสมมิฐานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อนำมาทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าโมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติความสอดคล้องดังนี้

1.ค่า Chi-square ของโมเดลสมมติฐานก่อนปรับโมเดลเท่ากับ 557.66 หลังปรับลดลงเป็น 367.99

2. ค่า χ^2/df ของโมเดลสมมติฐานก่อนปรับเท่ากับ 2.26 หลังปรับลดลงเป็น 1.59

3. ค่า RMSEA ของโมเดลสมมติฐานก่อนปรับเท่ากับ .103 หลังปรับโมเดลเป็น .071

4. ค่า GFI ของโมเดลสมมติฐานก่อนปรับเท่ากับ .83 หลังปรับโมเดลเป็น .93 (ซึ่งควรเข้าใกล้ 1)

5. ค่า AGFI ของโมเดลสมมติฐานก่อนปรับเท่ากับ .84 หลังปรับโมเดลเป็น .87 (ซึ่งควรเข้าใกล้ 1)

จากค่าสถิติวัดความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าสมการเชิงเส้นที่ปรับใหม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง จากโมเดลสมการโครงสร้างพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปางเรียงตามเส้นทางอิทธิพลที่สำคัญจากมากไปหาน้อย คือ

1. ทุนมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lopez (2003), Camili & Tishler (2004) , Katsoulakos & Katsoulacos (2007)

2. ความไว้เนื้อเชื่อใจ สอดคล้องกับการวิจัยของ Zuzel &Zabker (2006)

3. ชื่อเสียงของสินค้า สอดคล้องกับการวิจัยของ Weigelts & Cameres (1988)

4. ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง สอดคล้องกับการวิจัยของ Camili & Tishler (2004)

5. วัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Camili & Tishler (2004), Sadri& Lees (2001) , Santos (2000) และ Hall (1993)

6. การสื่อสารขององค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Carmeli& Tishler (2004), Sanchez & Marin (2005) และ Yook , Kim& Huh (2007)

7. ชื่อเสียงขององค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ (Weigelt & Cameres,1988) (Flatt &Kowalczyk,2008)

จากข้อค้นพบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องตามโมเดลสมการโครงสร้างที่นำเสนอ ซึ่งเป็นการยืนยันตามแนวคิดที่นักวิชาการได้ค้นพบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากข้อค้นพบของการวิจัยโมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนานั้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรหาหลักฐานแนวคิด ทฤษฎีมายืนยัน เพื่อให้โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

1. การจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง ควรเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ ความไว้เนื้อเชื่อใจ ชื่อเสียงขององค์กร ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง วัฒนธรรมองค์กร การสื่อสารขององค์กรและชื่อเสียงขององค์กร เพราะเป็นตัวแปรที่ส่งผลด้วยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

2. เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีธุรกิจควรเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโดยเน้นด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ เพราะว่าทุนมนุษย์เป็นตัวขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมากที่สุด

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.**(พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

.....(2550). **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร**.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

.....(2550). **สถิติสำหรับงานวิจัย**.(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เครื่องเคลือบดินเผาลำปาง,ศูนย์. (2551). **เอกสารผู้ประกอบการเซรามิก**

เครื่องปั้นดินเผาลำปาง,สมาคม. (2549). **หนังสือ Lampang Ceramic 2006**. ลำปาง

.....,สมาคม. (2551). **นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง ปีที่ 9 ฉบับที่ 86 ประจำเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2551**.ลำปาง: ยินดีกรุ๊ป.

.....สมาคม. (2551). **หนังสือ Lampang Ceramic 2008**. ลำปาง

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. (2549). **รายงานประจำปี2549** กรุงเทพฯ: บางกอกบล๊อก.

…….(2546). **เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2546 การพัฒนาที่ยั่งยืน**.กรุงเทพฯ: สหมิตรพริ้นติ่ง

.....(2548). **รายงานสรุปผลการระชุมประจำปี 2548 เรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ : 5 ปีของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10.**

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2544). **ยอดกลยุทธ์การบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เนท.

ดนัย เทียนพุฒ. (2544). **ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ.**(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นาโกต้า.

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). **ทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่.**(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพ ฯ: แซทโฟร์-พริ้นติ้ง.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2549). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการจัดการโลจิติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำรับผลิตภัณฑ์OTOPในจังหวัดราชบุรี**.วิทยาลัยขนส่งและโลจิสติกส์. มหาวิทยาลัยบูรพา. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทองใบ สุดชารี. (2542). **การวิเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎีและการประยุกต์**(พิมพ์ครั้งที่ 2) อุบลราชธานี. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2538**). ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISRE): สถิติวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์.**กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

.....(2542). **โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพ ฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สถาบัน. (2543). **การศึกษาความเป็นไป-ได้ของโครงการอุตสาหกรรมเครื่องตกแต่งและของที่ระลึกเซรามิก.** เสนอกรมส่งเสริม-อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

ประดุจฤดี สารสิทธิ์. (2549). **การบริหารคุณภาพในงานอุตสาหกรรม**. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

พรชนก ทองลาด. (2549). **อิทธิพลของพรหมวิหารที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานเซรามิกในภาคเหนือตอนบน.** ดุษฎีนิพนธ์ตามหลักสูตร

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ, สำนัก .กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง

อุตสาหกรรม.(2546). **กรณีศึกษาโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรม**

ขนาดกลางและขนาดย่อม.

เพิ่มผลผลิตแห่งชาติ,สถาบัน.(2546).**กรณีศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด-**

ย่อม เล่ม 1.กรุงเทพฯ: ตะวันออก.

.....(2547).**กรณีศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล่ม 2**. กรุงเทพฯ:

ตะวันออก.

.....(2547).**กรณีศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล่ม 3**. กรุงเทพฯ:

อินโนทราฟฟิกส์.

พสุ เดชะรินทร์. (2542). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพ ฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

……(2544). **เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced scorecard และ Key Performance**

Indications (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนัส สุวรรณ. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษย์ศาสตร์**.(พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพ ฯ: โอเดียนสโตร์.

วิจัยสังคม, สถาบัน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2545). **รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำ**

แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา(สาขาเซรามิกและแก้ว) เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

.....(2547). **รายงานศึกษาโครงการต้นแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิก.** เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

.....(2547). **บทสรุปจากผู้บริหาร รายงานศึกษาโครงการต้นแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิก.**เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวง-อุตสาหกรรม

.....(2547). **รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมเซรามิกและแก้ว** สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

วิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, สถาบัน. (2549) . **รายงานเบื้องต้นโครงการศูนย์วิเคราะห์รายงานสภาวะ และเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม ระยะที่ 2**

วิชาชีพการบัญชี, สภา. (2549). **การบริหารต้นทุน** (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพ ฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

วิชิต อู่อ้น. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์ กรณีศึกษาเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพ ฯ: เซ็นทรัล เอ็กเพรส.

วีรพจน์ ลือประสิทธ์สกุล. (2541). **TQM Living handbook : An executive summery.** (พิมพ์ครั้งที่ 2).กรุงเทพ ฯ: โทเรอินเตอร์เนชั่นแนลเทรดดิ้ง.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. (2548). **การวางแผนกลยุทธ์ ศิลปะการกำหนดแผนองค์กรสู่ความเป็น-เลิศ.**(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพ ฯ: อินโนกราฟิกส์.

รูโหว่ FTA ช่องเซรามิกจีนทะลัก. (2550). ค้นเมื่อ 16 กันยายน 2551, http://www.ibtimesthailand.com/news/shipping-a-international-logistics-new/85

ศรีเพ็ญ ทรัพย์มนชัย. (2541). **The Balanced scorecard เทคนิคการวัดผลการดำเนินกลยุทธ์.** บริหารธุรกิจ. ปีที่ 6. (ฉบับที่ 77)

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม, สำนักงาน. (2549). **ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม**. กระทรวงอุตสาหกรรม.

สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). **การจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จี.พี.ไซเบอร์พรินท์

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สำนักงาน. (2549). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจ-ขนาดกลางและขนาดย่อมปี2548และแนวโน้มปี2549**. กรุงเทพฯ: ทางสะดวก (ประเทศไทย)

.....(2551). **สถานการณ์SMEsไทยไตรมาส3-4**ค้นเมื่อ16กันยายน2551, http://www.industry.go.th/Lists/info_news/Disp.aspx?List

.....(2551). **สสว.แนะทางออก SMEs ลดต้นทุน พัฒนาและสร้างตราสินค้า** ค้นเมื่อ 16 กันยายน 2551, http://www.industry.go.th/Lists/info_news/Disp.aspx?List

สมชนก ภาสกรจรัส. (2551). **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพ ฯ: แมคกรอ-ฮิล.

สมยศ นาวีการ. (2543). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**.(พิมพ์ครั้งที่ 5).กรุงเทพฯ: บรรณกิจ1991

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์**.(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพ ฯ: สามลดา.

สุพาดา สิริกุลตา. (2545). **การบัญชีบริหาร**. กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์.

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณาและรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์. (2551). **สถิติวิเคราะห์-สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ : เทคนิคการใช้โปรแกรม Lisrel**. กรุงเทพ ฯ: มิสชั่น มีเดีย.

สุวิชัย ศุกรานนท์. (2549). **ยุทธศาสตร์การแข่งขัน**. กรุงเทพ ฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุวิมล ติรกานนท์. (2549). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ.** (พิมพ์-ครั้งที่ 6) กรุงเทพ ฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมชนก ภาสกรจรัส. (2551). **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.

เอกชัย อภิศักดิ์กุลและทรรศนะ บุญขวัญ. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์-มหาวิทยาลัย.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2550). **สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ Balanced scorecard.** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Abimbola,T.&Kocak,A. (2007). **Brand, organization identity and reputation : SMEs as expressive organizations**. Qualitative Market Research : An International Journal, Vol.10 no.4 , pp.416-430.

Ahmed,P.K. &Rafiq.M., (1992). **Implanting competitive strategy :a contigentcy approach**. Journal of Marketing Management, pp.49-67.

Allen,R.S.,Helms,M.M.,Jones,H.,Takeda,M.B.&White,C.S., (2008).**Portor's business**

strategies in japan. Business strategy series,Vol.9 no.1 , pp.37-44.

……..Helms,M.,M . (2006). **Linking strategic practices and organizational performance to Porter's generic strategies.** Business Process Management Journal ,Vol.12 No.4 , pp.433-454.

Anand,M.,Sahay,B.S.& Saha,S., (2005). **Balanced scorecard in India companies** .vikalpa ,Vol.30 no.2 , pp.11-25.

Ang,S.H. (2009). **Building Intangible Resources : The stickiness of Reputation .** Corporate Reputation Review, Vol.12 no.1 , pp.21-32.

Ariyawardana,A. (2003). **Sources of competitive advantage and firm performance :The case of Sri Lankan value-added tea producers** .Asia Pacific Journal of Management,Vol.20 .pp.73- 90.

Argenti,P.A.&Druckenmiller,B. (2004). **Reputation and the corporate brand**. Corporate Reputation Review, Vol.6 . No4.pp.368-374.

Aspelund,A.,Madsen,T,K.&Moen,O. (2007). **A review of the foundation ,international Marketing strategies ,and performance of international new venture**.European Journal of Marketing,Vol.41 No.11/12 , pp.1423-1448.

Balasubramanian,S.K.&Thakur,R. (2005). **The Impact of high-Quality Firm Achievements on shareholder value : Focus on Malcolm Baldrige and J.D.Power and Associates Awards.** Journal of the Academy Marketing

Science,Vol.33 No.4 pp.413-422.

Barclay,C.A. (1993). **Quality strategy and TQM policies : Empirical evidence**. Management International Review. Vol.33 ,pp.87-98.

Barnett,M.L.,&Jermier,J.M.,&Lafferty,B.A. (2006). **Corporate reputation : The definitional landsacape.** Corporate Reputation Review, Vol.9 No1 .pp.26-38.

Barney,J. (1986). **Organizational culture : Can It be a source of sustained Competitive advantage?** Academy of Management Review, Vol.11 No3 .pp.656-665.

…….(1991). **Firm resources and sustained competitive advantage**. Journal of management ,Vol.17 .pp.99-120.

…….(2001)**. Is the resource-base view a useful perspective for strategic management research?.Yes**,Academy of Management Review, Vol.26 .pp.41- 55.

…….(2001).**The resource-based view of the firm :Ten years after 1991.** Journal of Management, Vol.27 pp.625-641.

…….(2001). **Resource-based theories of competitive advantage : A Ten years Retrospective on the resource-based view.** Journal of Management, Vol.27 pp.643-650.

Barney,J&Clark,D,N. (2007). **Resource-based theory : Creating and sustaining Competitive advantage.**Oxford University Press Inc.,newyork.

Blocher,E.,K.Chen.&T.lin. (1999). **Cost management : a strategies emphasis** . Mc Graw- Hill International Edition.

Bronn,C.&Bronn P,S. (2005)**. Reputation and organizational efficiency : A data Envelopment analysis study**. Corporate Reputation Review, Vol.8 no.1, pp.45 –58.

Brooking,A.(1996).**Intellectual Capital**. International Thomson Business Press., London

Burgess,T.F.,Ong,T.S.& Shaw,.N.E. (2007). **Traditional or contemporary? The Prevalence of performance measurement system types** . International Journal of Productivity &Performance Management ,Vol.56 no.7 , pp.583-602.

Calof ,j & Beamish,P. (1995). **Adaptive to foreign market : explaining internationalization** ,International Business Review ,Vol.4No2,pp.115-131.

Campbell-Hunt,C. (2000)**. What have we learned about generic competitive strategy?A meta-analysis**. Strategic Management Journal ,Vol.21 . No2.pp.27-54

Carmeli,A&Tishler,A. (2004). **Resources, Capabilities ,and the performance of Industrial firms : A multivariate analysis**. Managerial and Decision Economics .Published online in Wiley Interscience,pp.299-315.

Castro,P.L.S.,Lopez,J.E.N.,Saez,P.L.&Salazar,E.A. (2006). **Organizational capital as**

Competitive advantage of the firm .Journal of Intellectual Capital, Vol.7,No3, pp.324-327.

Chaganti,R ,Cook,R,G &Smelts,W,J. (2002). **Effects of styles ,Strategies and Systems On The growth of small businesses.** Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol.7 .No2.pp.175-192

Chan,L.L.M.,Shaffer,M.A.&Snape,E. (2004). **In search of sustained competitive advantage : the impact of organizational culture, competitive strategy and human Resource management practices on firm performance**. The International Journal of Human Resource Management, No15.pp.17-35.

Chang,S.C.&Lee,M.S. (2007). **The effects of organizational culture and knowledge Management mechanism on organizational innovation : An empirical study in taiwan**. The Business Review, Vol.7 . pp.295-301.

Chareonsuk ,C.&Chansa-ngavej,C. (2008). **Intangible asset management framework for long-term financial performance.** Industrial Management & Data System, Vol.108 . No6.pp.812-828.

Chen, J. (2004). **Measuring intellectual capital: a new model and empirical study**. Journal of Intellecture Capital, Vol.5 No.1. pp. 195-212.

e,C.&Germain,R. (2002**). Applied product quality knowledge and Moderating effect of uncertainty**. International Journal of Quality &Reliability

Management, Vol.9 . No.6 pp.649-671.

Colbert,B.A. (2004). **The complex resource-based View : Implications for theory and practice in strategic human resource management** . Academy of Management Review, Vol.29 . No.23 p.341-358.

Cooke,F.L. (2008). **Competition and strategy of Chinese firm: An analysis of top performing hinese private enterprises**.Competitive Review : An International Business Journal,Vol.18 No.1/2 pp.29-56.

Cross,L. (1999). **Strategy drives marketing success.** Graphic Arts Monthly, Vol.71 No.2 , p.96

David,F. (2002). **Strategic management :Concepts**(9th ed).Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.

Day,G.S.&Wensley,R. (1988). **Assessing advantage : a framework for diagnosing Competitive superior.** Journal of Marketing, Vol.52 . No4.pp.1-20.

Delaney,J.T & Huselid,M.A. (1996). **The impact of human resource management Resource management practices on perceptions of organizational performance**. Academy of management Journal, Vol. 39 pp.949-969.

Dess,G.G. and Miller,A. (1993). **Strategic management**, McGraw - Hill, New York, NY.

Dierickx,I.&Cool,K. (1989). **Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage.** Management Science,Vol.35 pp1504-1511.

Dunk,A.S. (2002). **Product quality, environmental accounting and quality**

performance. Accounting, Auditing& Accountability Journal, Vol.15 ,No 5 pp719- 732.

Everaert,P.&Bruggeman,W. (2002). **Cost target and time pressure during new Product development.** International Journal of Operations & Production Management, Vol.22 pp.1339-1353.

Ferguson,K.L. (2006). **Human resource management and firm performance**. Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Louisville in the Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Doctor of Philosophy. University of Louisville ,Kentucky.

Flatt,S.J.&Kowalczyk,S.J. (2008). **Creating competitive advantage through intangible assets :The direct and indirect effects of corporate culture and reputation**. ACR,Vol.16 pp.13-30.

Flynn,B.B.,Schroeder,R.G.&Sakakibara,S. (1994). **A Framework for quality management research and an associated instrument**, Journal of Operations Management,March,PP339-366.

Globerson,S. (1985). **Issues in developing a performance criteria system for an organization**.International Journal of Production Research, Vol.23 No4 pp.639- 646.

Gosselin,M., (2005). **An empirical study of performance measurement in**

manufacturing firms. International Journal of Operations & Production management ,Vol. 54 no.5/6 , pp.419-437.

Graham,M.E.,Bansal,P. (2007). **Consumers' willingness to pay for corporate reputation : The context of Airline Companies**. Corporate Reputation Review, Vol.10 . No3.pp.189-200.

Greenberg,J & Baron,R.A. (1997). **Behavior in Organizations** ,Prentice-Hall, Upper Saddle River,NJ.

Greenley,G.E. (1993). **An understanding of marketing strategy** ,European Journal of Marketing, Vol.23 No.8,pp.45-58.

Gunnigle,P.&Moore,S. (1994). **Linking Business Strategy and Humana Resource Management : Issues and Implications**. Personnel Review,Vol.23 No.1,pp.63-84.

Hair,J.F.,Anderson,R.E.,Tatham,R.L.&Black,W.C. (1995). **Multivariate data analysis**. 5th ed.Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.

Hall,R., (1992). **The strategic analysis of intangible resources**. Strategic Management Journal, Vol.13 .pp.135-144.

……(1993). **A framework linking intangible resources and capabilities to Sustainable competitive advantage strategic management** .Strategic Management Journal, Vol.14 .pp.607-618.

Hart,S.L. (1995). **A natural-resource-based view of the firm.** Academy of Management Review,Vol.20 No.4,pp.966-1014.

Helm,S.&Heine,H. (2005). **Academic research designing a formative measure for Corporate reputation.** Corporate Reputation Review, Vol.8 No.2,pp.95-109.

Helms,M.M.,Clay,D.& Peter,W. (1997). **Competitive strategies and business performance: evidence from the adhesives and sealants industry**, Management Decision, Vol.35 No.9,pp.689-703.

……Takeda,M.B., &White,C.S., (2007). **Porter's strategies :an exploratory study of their use in japan** ,Journal of Business Strategy ,Vol.24 no.1 , pp.69-90.

Hester,L.J. (2005). **The impact of strategic human resource management on Organizational performance : A perspective of the resource –based view of the firm.** DissertationSubmitted to H.Wayne Huizenga School of Business and Entrepreneurship. Nova Southeastern. Degree of Doctor of Business Administration Management. Nova Southeastern.

Hlavacka,S.,Liuba,B.,Viera,R.& Robert,W. (2001). **Performance implication of Porter's Generic strategies in Slovak hospitals**. Journal of Management in Medicine, Vol.15 No.1, pp.44-66.

Hoque,Z. (2002). **Total quality management and the balanced scorecard**

approach : A critical analysis of their potential relationships and direction for research. Critical Perspectives on Accounting, Vol4 , pp.553-566.

Hsu,S.H. (2007). **Human capital, Organizational learning, Network resources and Organizational innovativeness**. Total Quality Management, Vol.18 no.9, pp.983- 998.

Hudson,M.,Smart,A & Bourne,M., (2001). **Theory and practice in SME performance measurement system**. International Journal of Operations & Production Management ,Vol. 21 no.8 , pp.1096-1115.

Huselid,M.A. (1995). **The impact of human resource management practices on turnover, productivity and corporate finance performance** . Acadamy of Management Journal,Vol.38 no.3 , pp.635-672.

Johnson,G.& Scholes,K. (1993). **Exploring corporate strategiy**,3rd ed., Prentice -Hall International,Hemel Hempstead

Jones ,O.&Tilley,F. (2003). **Competitive advantage in SMEs organizing for innovation and change**. John Wiley & Sons Ltd, England.

Joreskog,k., Sorbom.D.(1993). **Lisrel user's reference guide**. Chicago : Scientific software international.

Juga,J. (1999). **Generic capabilities : combining positional and resource – based views For strategic advantage**. Journal of strategic marketing, Vol.7, pp.3-18.

Jusoh,R.&Parnell,J.A., (2008). **Competitive strategy and performance measurement in the Malasia context an exploratory study.**Management Decision, Vol.46 no.1,pp.5-31.

Kald,M.,Nilsson,F.&Rapp,B. (2000). **On strategy and management control : The importance of classifying the strategy of the business.** British Journal of Mangement, Vol.11, pp.197-212.

Kaliprasad,M. (2006). **The human factor И** :Creating a high performance culture in an organization. Cost Engineering, Vol.18,No 6 pp.27-34.

Karami,A.,Analoui,F.&Cusworth,J. (2004). **Strategic human resource management and resource – based approach : The evidence from the British manufacturing industry**. Management Research News, Vol.27 No.6 , pp.50- 68.

Katsikeas ,C.S.,Deng,S.L.& Wortzel,L.H. (1997). **Perceived export success factors of small-medium size Canadian firms** ,Journal of International Marketing, Vol.5 No.4 , pp.53-72.

Katsoulakos,T & Katsoulacos,Y. (2007). **Strategic management, Corporate responsibility and stakeholder management integrating corporate responsibility principles and stakeholder approaches into mainstream strategy : a strake holder- oriented and integrative strategic management framework**. Corporate Governance, Vol.7 No.4 ,

pp.355-369.

Kim,E.,Nam,d.i.&Stimpert,J.l. (2008). **Strategy development in international markets : a two tierapproach**. International Marketing Review, Vol.25 No.5 , pp.520-543.

Khalifa,A,S., (2004). **Customer value : a review of recent literature and an integrative configuration**. Management Decision, Vol.42 No.5 , pp.645-666.

Kotler,P.& Keller,K.L. (2006). **Marketing management**,12 th .,Pearson,Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Koga,K. (1999). **Determinants of effective product cost management during product development :Opening the black box of target costing.** Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School Administration the Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Doctor of Philosophy. Harvard University.

Lau,R.S.M. (2002). **Competitive factors and their relative importance in the US electronics and computer industries**. International Journal of Operations & Production Management, Vol.22 No.1 , pp.125-135.

Lee,S.K.J.&Yu,K. (2004). **Corporate culture and organizational performance**. Journal of Management Psychology, Vol.19 No.4 , pp.340-359.

Low,J.&Kalafut,P.C. (2002). **Invisible advantage ,How intangible are driving business**

performance, Perseus Publishing, Cambridge, MA.

Lopez,V.A. (2003). **Intangible resources as drivers of performance : evidences from a Spanish study of manufacturing firms.** Irish Journal of Management.pp.125-134.

Lopez,V.A. (2006**). An alternative methodology for testing a resource-based view Linking intangible resources and long-term performance**. Irish Journal of Management,Vol.27.No2.pp.49-66

Malburg,C. (2000). **Competing on costs** .Industry Week,Vol.249 No17,p.31

Maskell,B.(1989).**Performance measures for world class manufacturing**, Management Accounting,May,pp.32-33.

Mayer,S.F. (2004). **Sources of competitive advantage in US engineering firm** . Dissertation submitted to the Faculty of the graduate school the partial fulfillment of the requirement for the degree of Doctor of Philosophy. The State University of New York at Buffalo.

McEvily,B.,Perrone,V.&Zaheer,A. (2003). **Trust as an organization principle**. Organization Science, Vol.14 No.1 pp.91-103.

Mckee,D.O.,Varadarajan,P.R.,&Pride,W.M. (1989). **Strategic adaptability and firm performance : a market contingent perspective**. Journal of Marketing, Vol.49 No.1 pp.21-35.

Mclean,L.D. (2005). **Organizational culture's influence on creativity and innovation : A review of the literature and implications for human resource development**. Advances in Developing Human Resources. pp.226-246.

Minor ,E.D.,Hensley ,R.L.,&Wood Jr,D.R., (1994). **A review of empirical manufacturing Strategy studies.**International Journal of Operations &Production Management, Vol.14 no.1 , pp.5-25.

Namiki,Nobuaki. (1988). **Export strategy for Small Business**. Journal of Small Business Management**,** Vol.26 , pp32-37.

Naman,J.L.,&Slevin,D.P. (1993). **Entrepreneurship and the concept of fit : a model and Empirical tests .** Strategic Management Journal ,Vol.14 No.2 pp.137-153.

Olavarrieta,S.&Friedmann,R. (1999). **Market-oriented culture,Knowledge-related resource ,reputation assets and superior performance : a conceptual framework** .Journal of Strategic Marketing. ,Vol.7 ,pp.215-228.

Olsen,E.O.,Zhou,H.,Lee,D.M.S.&Padunchwit,P. (2007). **Performance measurement system and relationship with performance results.** International Journal of Productivity & Performance Management ,Vol.56 no.7 , pp.559-582.

Ooi,K.B.,Bakar,N.A.,Arumugam,V.,Vellapan,L.&Loke,A.K.Y. (2007). **Does TQM influence employees'job satisfaction? An empirical case analysis.** International

Journal of Quality & Reliability Management, Vol.24 no.1 , pp.62-77.

Otley,D. (2008). **Did Kaplan and Johnson get it right?**. Accounting ,auditing & Accountability Journal, Vol21 no.2 , pp.229-239.

Pardo, I.P.G. & Moreno. M.D.V.F. (2009). **Looking into the black-box: analysis of the effectiveness of human resources strategy**. Original scientific paper, Vol. 27 No.1, pp. 31-56.

Parnell,J.A. (2006). Generic strategies after two decades : **A reconceptualization of competitive strategy.** Management Decision, Vol.44 no.8 , pp.1139-1154.

Parish,J.T,Cadwallader,S & Busch,P. (2008). **Want to, need to, ought to : employee Commitment to organizational change**. Journal of organizational Change Management, Vol.21 no.1 , pp.32-52.

Perez,S.E&Castillejo,J.A.M. (2006). **The resource-Based Theory of the Firm and Firm Survival**.Small Business Economic, Vol.30 No.1 pp.231-249.

Pehrsson ,A. (2004). **Strategy competence : a successful approach to international market entry.** Management Decision, Vol.42 No.6 pp.758-768.

Penrose,E.T. (1959). **The theory of the growth of the firm**.New york:John wiley.

Porter,M. (1985). **Competitive advantage creating and sustaining superior performance**, Free Press ,New York, NY.

Priem,R.L&Butler,J.E. (2001). **Is the resource-based "view" useful perspective for**

strategic management research?. Academy of Management Review, Vol.26 No.6 pp.22-40.

Prahalad CK&Hamel G. (1990). **The core competence of the corporation** .Harvard Business Review (May-June):pp 79-91.

Prajogo,D.I. (2007). **The relationship between competitive strategies and product quality**, Industrial Management & Data System, Vol. 24 no.1 , pp.69-83.

Ramdeen,C.,Santos,J.&Chatfield,H.K.(2007).**Measuring the cost of quality in a hotel Restaurant operation**. International Journal of Contemporary Hospitality Management ,Vol.19 No.4 pp.286-295.

Ray,S.&Ramakrishman,K. (2006). **Resources ,Competences and Capabilities conundrum :A back-to-basics call.** Decision, Vol.33 no.2 , pp.1-24.

Rundh,B. (2007). **International marketing behaviour amongst exporting firms**. European Journal of Marketing, Vol.41 No.1/2 pp.181-198.

Saa-Perez,P.D.&Garcia-Falcon,J.M. (2002). **A resource-based view of human resource And organizational capabilities development** .International Human management Resource Management, Vol.13 No.1 pp.123-140.

Sadri,G.&Lees,B. (2001). **Developing corporate culture as a competitive advantage**. Journalof Management Development, Vol.20 No.10 pp.853-859.

Saffu,K.&Ahumatah,J. (2008). **The contribution of human capital and resource-**

based view to small- and medium-size tourism venture performance in Ghana. International Journal of Emerging , Vol.3 No.3 pp.268-284.

Sanchez,A.A.&Marin,G.S. (2005). **Strategic orientation ,Management characteristics ,and Performance : A study of Spanish SMEs.** Journal of Small Business Management,Vol.43 No.3 pp.287-308.

Santos,F.C.A. (2000). **Integration of human resource management and competitive Priorities manufacturing strategy.** International Journal of Operation & Production Management,Vol.20 No.5 pp.610-628.

Schiemann, W. A. (2007). **Measuring and managing the ROI of human capital**. Cost Management, Vol. 21 No. 4 pp. 5- 15.

Schein,E.J. (1992). **Organizational culture and leadership**.2nd San Francisco, Jossey –Bass.

Schoorman,F.D.,Mayer,R.C.&Davis,J.H. (2007). **An integrative model of organizational trust :past, present and future.** Academy of Management Review, Vol.32 No.2 pp.344-354.

Singh,R.K,Grag,S.K & Deshmukh. (2005). **Development of flexible strategies by Indian SMEs in electronics sector in emerging economy**.Globle Journal of Flexible System Management, Vol.6 No.2 ,pp. 15-26.

Slocum,J.W.Jr,McGill,M.&Lei,D.T. (1994).**The new learning strategy : anytime,**

anywhere ,Organization dynamics,Vol.23 No.2 pp.33-47

Taticchi,P. (2008). **Research Forward performance measurement and management integrated frameworks**. International Journal of Accounting and Information Management, Vol.16 No.2 ,pp. 140-154.

Teece,D.J. (2000). **Strategies for managing knowledge asset :the role of firm structure and industrial context** .Long Range Planning pp.35-54

Teece,D.J,Pisano G. &Shuen A.(1992). **Dynamic capabilities and strategic management**. Mimeo, Haas school of business ,University of California,Barkeley,CA.

……(1997).**Dynamic capabilities and strategic management**. Strategic management Journal,Vol.7,pp 509-533.

Todaro,M.P.(1994). **Economic development** (5th ed.) New York:Longman

Vercic,A.T.,&Vercic,D. (2007). **Reputation as matching identities and images : Extending Davies and Chun's(2002) Research on gaps between the internal and externalperception of the corporate brand.** Journal of Marketing Communications, Vol.13 no.4 , pp.277-290.

Waal,A. (2007).**The characteristics of a high performance organization.** Business strategy Series, Vol.8 no.3 , pp.178-185.

Walsh,G.&Beatty,S.E. (2007). **Customer-based corporate reputation of a service**

firm : scale development and validation. Academy of Marketing Science, Vol.35, pp.127-143.

Welch,L.S.& Luostarinen,R. (1988). **Internationalisation : evolution of a concept .**Journal of General Management, Vol.14 No.2 ,pp 34-55.

Wei,L., (2007). **Competitive strategies of china's pharmaceutical industry.** Thesis for the Degree of Master of Business Administration (International Business) University of the Thai Chamber of Commerce.

Wernerfelt,B. (1984). **A resource-base view of the firm**. Strategic Management Journal, Vol.5 .pp.171-180.

Widener,S.K. (2004). **An empirical investigation of the relation between the use of strategichuman capital and the design of the management control system**.Accounting, Organizations and society ,Vol.29, pp.377-399.

Williams,A.R.T.,Wiele,A.V.D.,&Dale,B.G.(1999).**Quality costing : a management review**. International Journal of Management Review, Vol. 1, pp.441-460.

Wolff,J.A & Pett,T.I. (2000). **Internationalization of small firms :An examination of export competition of export competitive patterns, firm size and export performance.** Journal of small business management**,**pp34-47.

Zhao,X.,Maheshwari,S,K.&Zhang,J. (1995). **Benchmarking quality practices in India, China and Mexico**. Benchmarking for Quality Management

&Technology,Vol.3, N02, pp.20-40.

Zuzel,B. &Zabkar,V. (2006). **Examination of co- operative norms , beliefs in interpersonal trustworthiness ,complementary capabilities and realized competitive advantages in business-to-business relationships.** Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe, Vol.8 , pp.19-36.