

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์

## Factors Affecting The Performance of The Business in Nakhon Sawan Province

พัชรภา สิงห์ธนสาร \*

Phatcharapha Singtanasarn

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยภายในองค์กรตัวใดที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์บ้าง กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลการประกอบการ และทฤษฎีฐานทรัพยากร การศึกษาวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 80 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรภายในองค์กรประกอบด้วย ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กร ทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรทางกายภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการประกอบการ ในขณะที่ทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการประกอบการ ด้านผลตอบแทนจากการลงทุน ความสามารถในการทำกำไร ส่วนแบ่งการตลาด และยอดขาย

**คำสำคัญ:** ผลการประกอบการ ทฤษฎีฐานทรัพยากร จังหวัดนครสวรรค์

### Abstract

The objective of this research is to study the factors within the organization that effect on the performance of the business in Nakhon Sawan Province. The conceptual framework of this study was derived from the study of the performance and the resource base theory. This study employed the quantitative research methodologies. The questionnaire was used as an instrument to collected data from 80 executives of businesses in Nakhon Sawan Province. Techniques of statistical analysis used were Exploratory Factor Analysis and Structural Equation Modeling.

---

\* รองศาสตราจารย์ ดร.,ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์,  
Email: phat-sing@hotmail.com

The research findings indicated that the resources within the organization, including (1) the reputation of the organization resources, (2) financial resources, and (3) physical resources have a positive effect on the performance of the business (return on investment, the ability to make a profit, market share and sales), while the human resources has negative effect on the performance of the business (return on investment, the ability to make a profit, market share and sales).

**Keywords:** Performance , Resource base theory , Nakhon Sawan Province

## 1. บทนำ

ในอดีตภายใต้ปรัชญาทางการตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับความเหมาะสมหรือความพอดีระหว่างความต้องการของตลาดกับความสามารถขององค์กร หากธุรกิจมีการวิจัยสินค้าและบริการเป็นอย่างดี มีการจัดการส่วนผสมทางการตลาดอย่างเหมาะสม ความสำเร็จก็จะตามมา แต่ในปัจจุบันความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ได้เกิดจากวิธีนี้ เพราะเทคโนโลยีสามารถเลียนแบบได้ง่าย คุณค่าในตราสินค้าคู่แข่งก็สามารถสร้างได้ จึงทำให้กลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบใหม่ที่อยู่บนพื้นฐานของความสามารถและสมรรถนะเกิดขึ้น แนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของทรัพยากรขององค์กรนี้ได้รับการพัฒนาโดย Penrose (1959, p.24) ซึ่งมองว่า องค์กรเป็นมากกว่าหน่วยของการบริหารงาน คือ เป็นศูนย์รวมของทรัพยากรที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการแข่งขัน ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา แนวคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based Theory) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทรัพยากร และความสามารถขององค์กร ซึ่ง Barney (1991) และ Grant (1991) มีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรเกิดความสามารถในการแข่งขัน และนำไปสู่ความได้เปรียบด้านผลการประกอบการขององค์กร (Achtenhagen and Naldi, 2004, p.1) โดยมีข้อสมมติว่า ทรัพยากรของแต่ละองค์กรภายใต้อุตสาหกรรมเดียวกันนั้นมีความแตกต่างกัน Barney (1991) ได้นิยามถึงปัจจัยภายในองค์กรว่า ประกอบไปด้วย สินทรัพย์ทั้งหมด ความสามารถในการแข่งขัน กระบวนการต่างๆ ของหน่วยธุรกิจ ข้อมูลและองค์ความรู้

จังหวัดนครสวรรค์ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินสายเอเชีย 273 กิโลเมตร จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่เป็นประตูสู่ภาคเหนือ การเดินทางติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ นับได้ว่าสะดวกมาก เส้นทางติดต่อทางถนนระหว่างจังหวัดต่างๆ มีหลายเส้นทาง นับว่าจังหวัดนครสวรรค์ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม การขนส่งสะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และการขนส่งสินค้าทางรถไฟในปัจจุบันสะดวกมาก เพราะจังหวัดให้ความสำคัญในการพัฒนา จึงมีศักยภาพในด้านการค้าและการลงทุนสูง ในงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า นอกจากปัจจัยในด้านทำเลที่ตั้งของจังหวัดแล้ว มีปัจจัยภายในองค์กรตัวใด ที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจจังหวัดนครสวรรค์บ้าง ภายใต้แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการทำธุรกิจ

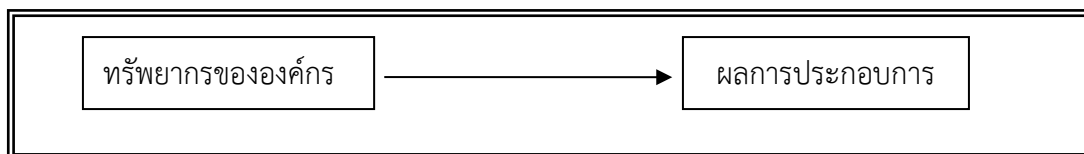
## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในองค์กรที่มีต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์

## 3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีฐานทรัพยากร ได้อธิบายเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะภายในองค์กรกับผลการประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Grant (1991) และ Prahalad and Hamel (1990) ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ทำให้องค์กรเกิดความสามารถในการแข่งขัน และนำไปสู่ความได้เปรียบด้านผลการประกอบการขององค์กร (Achtenhagen and Naldi, 2004, p.1) อีกทั้งมีนักวิจัยหลายคน เช่น Hitt and Ireland (1986); Barney (1991); Hall (1993); Day (1994) และ Droge, Vickery, and Markland (1994) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรและความสามารถขององค์กรกับผลการประกอบการ นอกจากนี้ Rumelt (1991) และ McGahan and Porter (1997) ยังพบว่าปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อผลการประกอบการขององค์กรมากกว่าปัจจัยภายนอกในอุตสาหกรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ Barney และ Arikan (2001 อ้างอิงใน Supitchayangkool, 2005, p.17) ที่พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการประกอบการขององค์กรได้ดีกว่าปัจจัยภายนอก

งานวิจัยนี้ จึงนำแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรมาใช้อธิบายการเพิ่มผลการประกอบการให้กับธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ โดยประยุกต์กรอบแนวความคิดดังกล่าวข้างต้นมาเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบทฤษฎี

### 1. ผลการประกอบการ

สำหรับองค์กรแล้ว ความสามารถในการแข่งขันคือการทำให้องค์กรมีผลการประกอบการ ที่เหนือกว่าองค์กรอื่นๆ (Bharadwaj, Varadarajan, and Fahy, 1993, p.96) สอดคล้องกับคำกล่าวของ Forsman (2000, p. 6 อ้างอิงใน Supitchayangkool, 2005, p. 43) ที่ว่า องค์กรที่มีความสามารถในการแข่งขัน คือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จ และตัวบ่งชี้ความสำเร็จขององค์กรก็คือ ผลการประกอบการ มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลการประกอบการเป็นจำนวนมากมากกว่า 3 ทศวรรษ แต่ไม่มีข้อตกลงที่ชัดเจนว่าจะวัดผลการประกอบการด้วยวิธีใด

Morgan, Kaleka, and Katsikeas (2004) ได้ผลการประกอบการในรูปแบบของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ, มุมมองของผู้กระจายสินค้า และมุมมองการรับรู้ของผู้บริโภคคนสุดท้าย ในขณะที่ Lages (2000)

ได้กล่าวถึงเครื่องมือในการวัดผลการประกอบการว่ามีสองลักษณะคือ วัดทางการเงิน และไม่ใช้การเงิน อีกทั้งยังมีหลากหลายมิติ (Morgan, Vorhies, and Schlegelmilch, 2006, p.623)

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่นำมาใช้วัดผลการประกอบการ

| ตัวแปร                          | แหล่งที่มา |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
|---------------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
|                                 | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| Reduced lead time in production | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Forecasting accuracy            | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Better resource planning        | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Better operational efficiency   | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Reduced inventory level         | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Cost saving                     | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| More accurate costing           | √          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Time to market                  |            |   |   |   |   |   |   |   | √ |    |    |    |    |    |    |    |
| Customer service                |            |   |   |   |   |   |   | √ |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Growth of sales                 |            | √ |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Return on investment            |            | √ |   | √ |   |   |   | √ |   |    | √  |    |    |    |    |    |
| Growth in return on investment  |            | √ |   |   |   |   |   |   |   |    | √  |    |    |    |    |    |
| Profit margin on sales          |            | √ |   |   |   |   |   | √ |   |    | √  |    |    |    |    |    |
| Market share                    |            |   | √ | √ |   | √ |   | √ |   | √  | √  |    | √  | √  | √  | √  |
| Profitability                   |            |   | √ | √ |   | √ |   | √ |   | √  |    |    | √  |    | √  | √  |
| Cash flow from operations       |            |   |   | √ |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Return on assets                |            |   |   |   | √ |   |   |   |   |    |    |    |    | √  |    |    |
| Sales                           |            |   |   |   |   | √ | √ | √ |   | √  |    |    |    | √  |    |    |
| Market share                    |            |   |   |   |   |   | √ |   |   |    | √  |    |    |    |    |    |

| ตัวแปร                                       | แหล่งที่มา |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
|----------------------------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
|                                              | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| growth                                       |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Growth in export<br>venture sales<br>revenue |            |   |   |   |   |   | √ |   |   | √  |    |    |    |    |    |    |
| Acquiring new<br>export venture<br>customer  |            |   |   |   |   |   | √ |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| Delivery<br>dependability                    |            |   |   |   |   |   |   |   | √ |    |    |    |    |    |    |    |
| Overall competitive<br>position              |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    | √  |    |    |    |    |    |
| Achievement of<br>strategic goals            |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | √  |    |    |    |    |
| Achievement of<br>financial goals            |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | √  |    |    |    |    |
| Revenue from new<br>products                 |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    | √  |    |    |    |
| Return on sales                              |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    | √  |    |    |
| Growth of firm                               |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    | √  | √  |
| Duration                                     |            |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | √  |

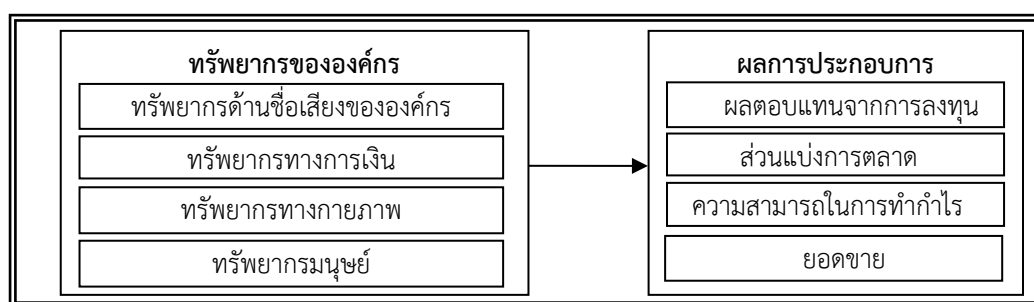
หมายเหตุ 1) Bayraktar, et al. (2009) 2)Cao and Zhang (2011) 3)Spanos and Lioukas (2001) 4)Wu, et al (2006) 5)Widener (2006) 6)Piercy, Kaleka, and Katsikeas (1998) 7)Morgan, Vorhies, and Schlegelmilch (2006) 8)Hooley, et al. (2005) 9)Li, et al. (2005) 10)Supitchayangkool (2005) 11) Li, et al. (2006) 12) Ling-Yee and Ogunmokun (2001) 13) Kaleka (2010) 14) Fahy (2002) 15)Man, Theresa, and Chan (2002) 16) Institute of Management Development and World Economic Forum (1993)

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า ส่วนแบ่งการตลาด ความสามารถในการทำกำไร ยอดขาย และผลตอบแทนการลงทุน เป็นตัวแปรที่ถูกนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดผลการประกอบการขององค์กรมากที่สุด ซึ่งได้นำตัวแปรดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยนี้



**หมายเหตุ** 1)Kaleka (2002) 2)Spanos and Lioukas (2001) 3)Widener (2006) 4)Piercy, Kaleka, and Katsikeas (1998) 5)Morgan, Vorhies, and Schlegelmilch (2006) 6)Hooley, et al. (2005) 7)Supitchayangkool (2005) 8)Grant (2002 อ้างอิงใน Supitchayangkool, 2005) 9)มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550) 10)Morgan and Hunt (1999) 11)Grant (1991)

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้นพบว่า ตัวแปรที่ถูกนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดทรัพยากรภายในองค์กรมากที่สุด ประกอบด้วย ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งจะถูกนำมาใช้ในงานวิจัยนี้



**ภาพที่ 2** กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์มีสมมติฐานงานวิจัยดังต่อไปนี้

- H1: ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุน
- H2: ทรัพยากรทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุน
- H3: ทรัพยากรทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุน
- H4: ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุน
- H5: ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาด
- H6: ทรัพยากรทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาด
- H7: ทรัพยากรทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาด
- H8: ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาด
- H9: ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร

- H10: ทรัพยากรทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร
- H11: ทรัพยากรทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร
- H12: ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร
- H13: ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านยอดขาย
- H14: ทรัพยากรทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านยอดขาย
- H15: ทรัพยากรทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านยอดขาย
- H16: ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านยอดขาย

## 4. ระเบียบวิธีการวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจที่ประกอบการในจังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจจังหวัดนครสวรรค์จากรายชื่อสมาชิกของหอการค้าจังหวัดนครสวรรค์ในปี 2555 จัดทำเป็นกรอบของประชากรที่ใช้ในการวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 199 ราย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากกรอบของประชากรที่ได้ทำการรวบรวมไว้ โดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย การคำนวณขนาดของตัวอย่างใช้เป็นสัดส่วนของจำนวนตัวแปร สามารถใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 10 เท่าของจำนวนตัวแปร (Bentler and Chou, 1987) การวิเคราะห์ครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตได้ 8 ตัวแปร จึงประมาณค่าและคำนวณขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 80 ตัวอย่าง

### 4.2 เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ข้อคำถามที่ใช้ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งผู้วิจัยสามารถกำหนดตัวแปรในการศึกษาได้เป็น 2 กลุ่ม 8 ตัวแปร โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่ให้เลือกคำตอบแบบมีน้ำหนัก มาก-น้อย แตกต่างกันไป (rating scale) โดยใช้แบบลิคเคอร์ต (likert scale) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และในส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ เป็นคำถาม 2 แบบคือ (1) แบบสอบถามแบบเติมคำลงในช่องว่าง และ (2) แบบสอบถามแบบเลือกตอบ

### 4.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

- ความตรงเนื้อหา (content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถาม และแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำไปทดสอบกับผู้ประกอบการซึ่งเป็นประกอบธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 3 ราย ให้ตอบแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไข แล้วนำไปทดสอบกับผู้ประกอบการอีกครั้ง

- ความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (tryout) กับตัวอย่างที่มีคุณลักษณะและคุณสมบัติเหมือนกับตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Hair, et al, 2006) คือผู้ประกอบการซึ่งเป็นประกอบธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 30 ราย จากนั้นนำมาหาค่าอำนาจจำแนก (discrimination) เพื่อวัดความสามารถของข้อคำถามในแบบสอบถามในการจำแนกกิจการออกเป็น 2 กลุ่มที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันในเรื่องที่ศึกษาด้วยวิธีการหาอำนาจจำแนกแบบ Item Total Correlation (ปกรณัม ประจันบาน, 2555, หน้า 174) มีค่า Corrected Item Total Correlation อยู่ระหว่าง 0.49 ถึง 0.98 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- การวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.82 ถึง 0.98

#### 4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมโดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารวิชาการ รายงานการวิจัยต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงแนวทาง แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมทั้งข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดเป็นแนวทาง

ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกจัดส่งทางไปรษณีย์ โดยผู้วิจัยทำหน้าที่ของระบุชื่อผู้บริหารตามที่ระบุในทะเบียนรายชื่อ พร้อมทั้งส่งซองติดแสตมป์ตอบกลับถึงผู้วิจัยโดยตรง พร้อมทั้งจดหมายชี้แจงของผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์การวิจัย

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักเพื่อสกัดองค์ประกอบ และกำหนดการหมุนแกนองค์ประกอบแบบแวนแมกซ์ โดยทำการคำนวณหาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบเป็นรายปัจจัยเพื่อทดสอบความถูกต้องของมาตรวัดตัวแปร และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อตกลงของการวิเคราะห์ให้พิจารณาปรับแต่งโมเดลในส่วนของความคลาดเคลื่อนจากการวัดตัวแปร โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีความสัมพันธ์กันได้จากนั้นสรุปรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างจากโมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พร้อมประเมินอิทธิพลของตัวแปร

### 5. ผลการวิจัย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยและการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงในการวัดพบว่า ทุกปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ มีค่าการผันแปรของปัจจัย (eigen value) มากกว่า 1 โดยมีค่าการผันแปรอยู่ระหว่าง 2.52 ถึง 3.47 ตัวชี้วัด ตัวแปรแต่ละตัวมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (factor loading) มากกว่า

0.65 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.97 ค่าสัดส่วนความแปรปรวนของตัวแปร (% variance explained) อยู่ระหว่าง 62.97 ถึง 86.63 และค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0.72 ถึง 0.84

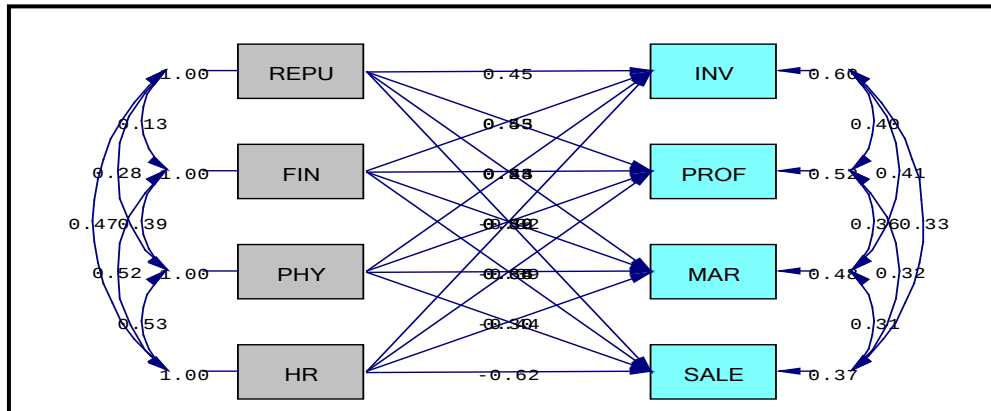
จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ตัวชี้วัดของแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ตัวชี้วัดนั้นร่วมเป็นสมาชิกอยู่ด้วย ในส่วนของผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงหรือการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟานั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 0.95 ซึ่งแสดงว่า ตัวชี้วัดทุกตัวของทุกปัจจัยมีความเที่ยงตรงในการวัดตัวแปร และเป็นการวัดที่ไม่มีการวัดที่ซ้ำซ้อนกัน

2) การวิเคราะห์การแจกแจงของข้อมูล การตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวชี้วัดที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า มีค่าความเบ้สูงสุด เท่ากับ -0.90 และค่าความโด่งสูงสุด เท่ากับ 1.20 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ และไม่มากกว่า 2.58 แสดงว่า การแจกแจงของตัวแปรเป็นการแจกแจงปกติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซนต์

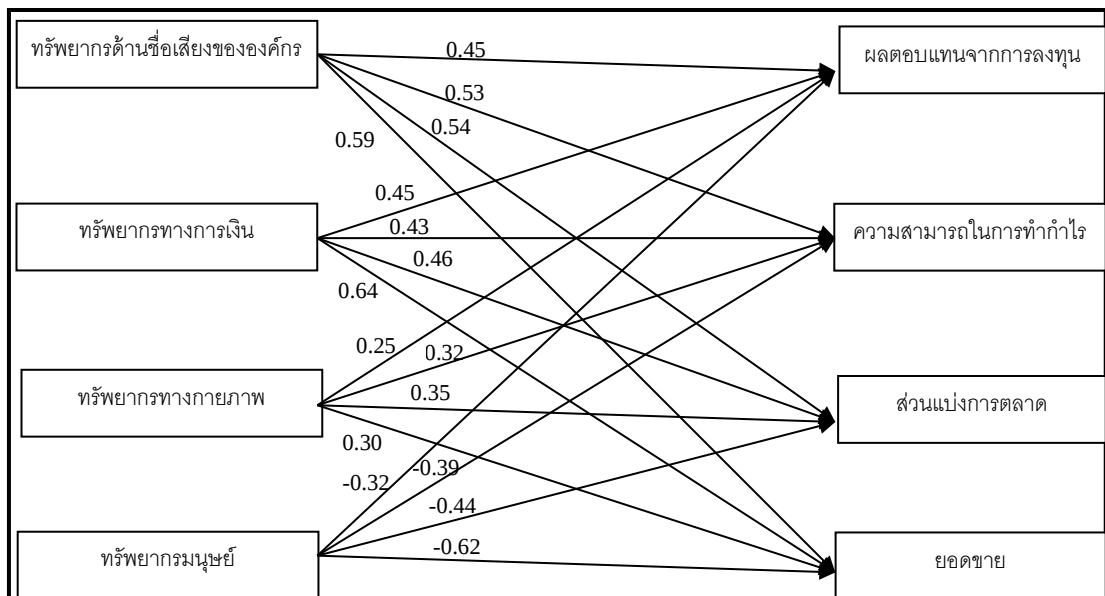
3) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย การทดสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังการปรับแต่งพบว่า มีความสอดคล้องในระดับดีโดยมีดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (goodness of fit index) ที่ยอมรับได้ในระดับดี ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

ตารางที่ 3 ชื่อตัวแปรและอักษรย่อในการวิเคราะห์

| ชื่อตัวแปรภาษาไทย              | ชื่อตัวแปรภาษาอังกฤษ   | อักษรย่อ |
|--------------------------------|------------------------|----------|
| ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กร | reputational resources | REPU     |
| ทรัพยากรทางการเงิน             | financial resources    | FIN      |
| ทรัพยากรทางกายภาพ              | physical resources     | PHY      |
| ทรัพยากรมนุษย์                 | human resources        | HR       |
| ผลตอบแทนจากการลงทุน            | return on investment   | INV      |
| ส่วนแบ่งการตลาด                | market share           | MAR      |
| ความสามารถในการทำกำไร          | profitability          | PROF     |
|                                |                        |          |
| ยอดขาย                         | sales                  | SALE     |



ภาพที่ 3 โมเดลสมการโครงสร้าง



จากภาพประกอบด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน 4 สมการ เป็นดังนี้

$$INV = -3.47 + 0.45**REPU + 0.45**FIN + 0.25*PHY - 0.32*HR$$

$$Errorvar. = 0.60, R^2 = 0.40 \dots \dots \dots \text{สมการที่ 1}$$

$$PROF = -2.66 + 0.53**REPU + 0.43**FIN + 0.32**PHY - 0.39**HR$$

$$Errorvar. = 0.52, R^2 = 0.48 \dots \dots \dots \text{สมการที่ 2}$$

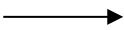
$$MAR = -2.87 + 0.54**REPU + 0.46**FIN + 0.35**PHY - 0.44**HR$$

$$Errorvar. = 0.48, R^2 = 0.52 \dots \dots \dots \text{สมการที่ 3}$$

$$\text{SALE} = -3.34 + 0.59**\text{REPU} + 0.64**\text{FIN} + 0.30**\text{PHY} - 0.62**\text{HR}$$

$$\text{Errorvar.} = 0.37, R^2 = 0.63 \dots \dots \dots \text{สมการที่ 4}$$

หมายเหตุ: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

หมายเหตุ:  มีอิทธิพลทางตรง

ภาพที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์

## 5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1: พบว่า หากทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุนขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.45 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 2: พบว่า หากทรัพยากรทางการเงินขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุนขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.45 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 3: พบว่า หากทรัพยากรทางกายภาพขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุนขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 4: พบว่า หากทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนการลงทุนขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงลดลงเท่ากับ 0.32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 5: พบว่า หากทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.54 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 6: พบว่า หากทรัพยากรทางการเงินขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 7: พบว่า หากทรัพยากรทางกายภาพขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงลดลงเท่ากับ 0.35 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 8: พบว่า หากทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงลดลงเท่ากับ 0.44 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 9: พบว่า หากทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไรขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.53 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 10: พบว่า หากทรัพยากรทางการเงินขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไรขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.43 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 11: พบว่า หากทรัพยากรทางกายภาพขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไรขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 12: พบว่า หากทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไรขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงลดลงเท่ากับ 0.39 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 13: พบว่า หากทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านยอดขายขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.59 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 14: พบว่า หากทรัพยากรทางการเงินขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านยอดขายขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.64 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 15: พบว่า หากทรัพยากรทางกายภาพขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านยอดขายขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

การทดสอบสมมติฐานที่ 16: พบว่า หากทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1 จะมีอิทธิพลทางตรงให้ผลการดำเนินงานด้านยอดขายขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลงลดลงเท่ากับ 0.62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.016

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบของงานวิจัยที่นำมาอภิปรายผลนี้เป็นผลของการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ โดยนำเสนอการอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรด้านชื่อเสียงขององค์กร การรับรู้ในตราสินค้าของลูกค้า ชื่อเสียงของกิจการและตราสินค้า มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลการประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า คุณค่าในตราสินค้าแตกต่างกันไปตามการรับรู้และภาพพจน์ของตราสินค้าในตลาดนั้นของลูกค้า เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่ทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่ม และรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดเอาไว้ของ Morgan, Vorhies, and Schlegelmilch (2006) และเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษายอดขาย (Mahoney and Pandian, 1992)

2. ทรัพยากรทางการเงิน เงินทุนที่กิจการมีเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการและเงินทุนที่กิจการมีเพื่อใช้จ่ายในการดำเนินกิจการมีผลกระทบต่อการเพิ่มผลการประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ว่า หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องมีเงินอย่างเพียงพอในการใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบในเรื่องการเพิ่มทุนทางการเงินเพื่อนำมาซึ่งอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้น (Barney, 1986) หากมีการใช้กลยุทธ์ทางการเงินอย่างเหมาะสมก็จะทำให้ประสบความสำเร็จทางการเงิน (Storey, 1985) เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Hitt and Ireland (1985) ที่พบว่า กิจกรรมทางการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลการประกอบการ

3. ทรัพยากรทางกายภาพ การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการเข้าถึงแหล่งอุปทานที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการมีผลกระทบต่อการเพิ่มผลการประกอบการขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Piercy, Kaleka, and Katsikeas (1998); Morgan and Hunt (1999); Kaleka (2002); Supitchayangkool (2005); Widener (2006) และ มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550) ที่ว่าเป็นทรัพยากรประเภทหนึ่งขององค์กรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลการประกอบการ

4. ทรัพยากรมนุษย์ ความรู้และทักษะความชำนาญ และประสบการณ์การทำงานของบุคลากรมีผลกระทบทางลบต่อการเพิ่มผลการประกอบการขององค์กร ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Delaney and Huselid (1996) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารปฏิบัติการภายใต้การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับผลการประกอบการขององค์กรที่แสวงหากำไร และไม่แสวงหากำไร รวมถึงทดสอบผลกระทบของการใช้การบริหารปฏิบัติการภายใต้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมกันกับผลได้ในระดับองค์กร ซึ่งพบว่าการปฏิบัติการภายใต้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วยการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญให้กับองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการวัดผลการประกอบการขององค์กร ซึ่งจากการสอบถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่าธุรกิจในพื้นที่นครสวรรค์ส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้ หรือประสบการณ์มากนักได้แก่ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก-ซ่อมยานยนต์ เกษตรกรรม และการบริการ การจ้างบุคลากรที่มีความรู้และทักษะความชำนาญ และประสบการณ์ๆ กลับทำให้ผลการประกอบการขององค์กรลดลง เนื่องจากบุคลากรเหล่านี้ในที่สุดจะออกไปทำกิจการของตัวเอง เปลี่ยนมาเป็นคู่แข่งของกิจการแทน

## 7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดการศึกษาได้ ในลำดับต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

การศึกษานี้เป็นการนำเสนอในรูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยภายในองค์กรที่มีต่อผลการประกอบการของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการผสมผสานแนวคิดทฤษฎีที่ว่าด้วยเรื่องทรัพยากรในกิจการ (resource based theory) และผลการประกอบการ (performance) มาเป็นกรอบ แนวความคิด และทดสอบรูปแบบที่สร้างขึ้นด้วยสถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย ซึ่งเป็นการทดสอบความสอดคล้องของทุกสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์พร้อมๆกัน ทำให้ทราบตามความเป็นจริงได้ว่ามีทรัพยากรภายในองค์กรประเภทใดบ้างที่มีผลต่อการเพิ่มผลการประกอบการแต่ละด้านขององค์กร

### ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

ผลการศึกษานี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเพิ่มผลการประกอบการได้ในอนาคต นอกจากนี้ ส่วนราชการหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการวางแผน การพัฒนา สนับสนุนส่งเสริมธุรกิจธุรกิจในจังหวัดนครสวรรค์ได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการของธุรกิจ และจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจซึ่งมีส่วนในการช่วยสร้างรายได้ให้กับจังหวัด และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ในโอกาสต่อไป

### บรรณานุกรม

- ปกรณั ประจันบาน. (2555). สถิติขั้นสูง สำหรับการวิจัยและประเมิน (*Advanced Statistics for Research and Evaluation*). (พิมพ์ครั้งที่ 4). พิษณุโลก: รัตนสุวรรณการพิมพ์.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวความคิดฐานทรัพยากร กรณีศึกษากลุ่มผู้ประกอบการสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- Achtenhagen, L. and Naldi, L. (2004). *The role of resource practices for the value creation of SME*. Unpublished doctoral dissertation, Jonkoping International Business School, Jonkoping, Sweden.
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- \_\_\_\_\_. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management (Jofm)*, 17(1), 99-120.
- Bayraktar Erkan, Mehmet Demirbag, S.C. Lenny Koh, Ekrem Tatoglu, and Halil Zaim. (2009). A causal analysis of the impact of informationsystems and supplychain management practices on operational performance: Evidence from manufacturing SMEs in Turkey. *Int. J. Production Economics* 122 (2009) 133-149.
- Bentler, P. M. and C. P. Chou. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78-117.
- Bharadwaj, S.G., Varadarajan, P.R. and Fahy, J. (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: A conceptual model and research propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83-99.
- Cao Mei and Qingyu Zhang. (2011). Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm Performance. *Journal of Operations Management* 29, 163–180
- Day, G.S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing* 58 (10), 37–52.
- Delaney, J. T. and Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of performance in for-profit and nonprofit organizations. *Academy of Management Journal*, 39:949-969.

- Droge, C., Vickery, S., and Markland, R. E. (1994). Sources and outcomes of competitive advantage: An exploratory study in the furniture industry. *Decision Sciences*, 25(5/6): 669-689.
- Fahy, J. (2002). A resource-based analysis of sustainable competitive advantage in a global environment. *International Business Review* 11 (2002) 57–78
- Grant, R.M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, No.Spring, pp.114-35.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall International.
- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607-618.
- Hitt, M.A. and Ireland, R. D. (1986). Corporate distinctive competence: Strategy, industry and performance. *Strategic Management Journal*, 6(3): 273-293.
- Hooley Graham J., Gordon E. Greenley, John W. Cadogana, and John Fahy . (2005). The performance impact of marketing resources. *Journal of Business Research* 58 (2005) 18– 27.
- Institute of Management Development and World Economic Forum. (1993). *The world competitiveness report 1993*. Lausanne, Switzerland.
- Kaleka, A. (2002). Resources and capabilities driving competitive advantage in export markets: Guidelines for industrial exporters. *Industrial Marketing Management*, 31(3), 273-283.
- \_\_\_\_\_. (2010). Studying resource and capability effects on export venture performance. *Journal of World Business* xxx (2010) xxx–xxx
- Lages, L.F. (2000). A conceptual framework of the determinants of export performance: Reorganizing key variables and shift in contingencies in export marketing. *Journal of Global Marketing*, 13(3): 29-51.
- Li, Suhong S, Bhanu Ragu-Nathanb, T.S. Ragu-Nathanb, and S. Subba Rao. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega* 34 (2006) 107 – 124
- Li, Suhong S. Subba R, T.S. Ragu-Nathan and B Ragu-Nathan. (2005). Development and validation of a measurement instrument for studying supply chain management practices. *Journal of Operations Management*, 23 (2005), 618–641.

- Ling-yee, L., and Ogunmokun, G. O. (2001). Effect of export financing resources and supply-chain skills on export competitive advantages: Implications for superior export performance. *Journal of World Business*, 36: 260–279.
- Mahoney, J.T. and Pandian, J.R. (1992). *The resource-based view within the conversation of strategic management*. Strategic Management Journal, Vol. 13 No. 5, pp. 363-80.
- Man Thomas W.Y., Theresa Lau, and K.F. Chan. (2002). *The competitiveness of small and medium enterprises A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies*. *Journal of Business Venturing* 17 (2002) 123–142.
- McGahan, A. M. and Porter, M. E. (1997). How much does industry matter, really? *Strategic Management Journal*, 18 (Summer special issue): 15-30.
- Morgan Robert M. and Shelby Hunt. (1999). Relationship-based competitive advantage: The role of relationship marketing in marketing strategy. *Journal of Business Research* 46, 281–290
- Morgan, N.A., Kaleka, A., and Katsikeas, C. S. (2004). Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment. *Journal of Marketing*, 68(1): 90–108.
- Morgan, N. A., Zou, S. V., Vorhies, D.W., and Katsikeas, C. S. (2003). Experiential and informational knowledge, architectural marketing capabilities, and the adaptive performance of export ventures. *Decision Sciences*, 34(2), 287-321.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. London: Basil Blackwell.
- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal* 14, 179–192.
- Piercy, N. F., Kaleka, A., and Katsikeas, C.S. (1998). Sources of competitive advantage in high performing exporting companies. *Journal of World Business*, 33(4): 378-393 Porter, 1998a, p.6)
- Prahalad, C. K. and G. Hamel. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), pp. 79–91.
- Rumelt, R. (1991). How much does industry matter? *Strategic Management Journal*, 12(3), pp. 167–185.

- Spanos, Y.E. and Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation: Contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic Management Journal*, Vol. 22 No. 10, pp. 907-34.
- Storey, D.J. (1985). The problems facing new firms. *Journal of Management Studies*, Vol. 22 No. 3, pp. 327-45.
- Supitchayangkool, Surat. (2005). *A study of relationship between resources/capabilities, positional advantages, and export venture performance of Thai food exporters*. D.B.A. dissertation, Nova Southeastern University.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, Vol. 5 No.2, pp.171-80.
- Widener Sally K. (2006). Associations between strategic resource importance and performance measure use: The impact on firm performance. *Management Accounting Research* 17 (2006) 433–457
- Wu Fang, Sengun Yenyurt, Daekwan Kim, and S. Tamer Cavusgil. (2006). The impact of information technology on supply chain capabilities and firm performance: A resource-based view. *Industrial Marketing Management* 35 (2006) 493 – 504.

