

การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ
และปัจจัยกำหนด ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง*
A STUDY OF BUSINESS ENVIRONMENT, ENTREPRENEURSHIP
AND DETERMINANT FACTORS TOWARD COMPETITIVE ADVANTAGE
OF CERAMIC CLUSTER IN LAMPANG, THAILAND

มลทิพย์ บำรุงกิจ

Montip Bumrungrkit

นพดล พันธุ์พานิช

Noppadol Punpanit

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Western University, Thailand

E-mail: phimhathai240@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูล เชิงประจักษ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง โดยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือตัวแทนหัวหน้างานฝ่ายการผลิต และฝ่ายการตลาด จาก 159 โรงงาน โดยวิธีการจัดชั้นภูมิ กลุ่มละ 159 คน จากนั้นเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 477 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และสมการโครงสร้างด้วยเทคนิค SEM เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ คือแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 4 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจและนวัตกรรม มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ และมีอิทธิพลร่วมกับปัจจัยด้านนวัตกรรม ส่งผ่านไปยังปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน



ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ และนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง 2) โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้างตามทฤษฎี มีลักษณะเหมือนกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถใช้ทฤษฎีอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง อีกทั้งรูปแบบและค่าพารามิเตอร์ไม่มีความแปรเปลี่ยนเมื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, ความเป็นผู้ประกอบการ, นวัตกรรม, เครือข่ายธุรกิจ, ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Abstract

The research article has two objectives 1) To study factors of business environment, entrepreneurship, business networking, innovation and competitive advantage of ceramic cluster in Lampang province. 2) To verify the consistency of the hypothesis model with empirical data of the causal factors affecting the competitive advantage of ceramic cluster in Lampang province. This research used mixed methods of qualitative and quantitative research. The quantitative research tool was a questionnaire. Samples were business owners or representatives, production supervisor and marketing department from 159 factories. Using stratified sampling of 159 people per group, total of 477 people. Then purposive sampling. Data were analyzed using descriptive statistics and structural equations with SEM technique. The qualitative research tool was structured interview. In-depth interviews with four key informants were analyzed by content analysis. The findings showed that 1) Factors of business environment, entrepreneurship, business network and innovation affect to competitive advantage. Factor of business environment have the direct effect to business network and co-influence with innovation, through which factor of competitive advantage. Factors of entrepreneurship, business network and innovation have the direct effect to competitive advantage. 2) The hypothesized structural equation model was consistent with the empirical data show that relationship model between theoretical structural equation model variables look like relationship model between empirical variables that is the theory can be used to explain the relationship between variables in the actual phenomenon of



cluster ceramic Lampang. Moreover, the model and the parameters did not change when studying different target groups.

Keywords: Business Environment, Entrepreneurship, Business Networking, Innovation, Competitive Advantage

บทนำ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้เศรษฐกิจของประเทศทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงในอัตราเร่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงมากขึ้น เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รัฐบาลจึงมีนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการพัฒนาคลัสเตอร์ เพื่อสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องกันในพื้นที่หนึ่ง ๆ ได้บูรณาการธุรกิจร่วมกันในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เกิดความเชื่อมโยง ร่วมมือและเกื้อกูลกัน อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรม (Innovation) โดยมีสถาบันวิจัย สถาบันเฉพาะทาง และสถาบันการศึกษา ทำหน้าที่สนับสนุนการวิจัยพัฒนา และหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่ในการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

จากนโยบายคลัสเตอร์ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจอุตสาหกรรม ทำให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มุ่งสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ จึงปรากฏว่า มีคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกิดขึ้นกระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ หนึ่งในนั้นคือ คลัสเตอร์เซรามิกส์ จังหวัดลำปาง เมื่อปี พ.ศ. 2549 สถาบันคีนันแห่งเอเชียได้ทำการวิเคราะห์และคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจที่เข้าข่ายมีคุณสมบัติเป็นคลัสเตอร์ พบว่า คลัสเตอร์เซรามิกส์ลำปาง เป็นคลัสเตอร์ที่อยู่ในกลุ่มศักยภาพสูงและมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เพราะมีความได้เปรียบด้านแหล่งวัตถุดิบการผลิตที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำปางเป็นจำนวนมาก นโยบายการรวมกลุ่มลักษณะคลัสเตอร์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่วิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง สามารถดำรงคงอยู่ได้ด้วยการแสวงหาพันธมิตรธุรกิจเป็นความร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่งในจังหวัดลำปาง และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง สร้างความสัมพันธ์และดำเนินธุรกิจร่วมกันเป็นเครือข่ายให้สามารถเชื่อมโยงธุรกิจเกี่ยวเนื่องกันเป็นลักษณะธุรกิจต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงไปสู่กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ๆ (มลทิพย์ บำรุงกิจ และคณะ, 2563)

อย่างไรก็ดี ในโลกเศรษฐกิจเสรีที่มีการแข่งขันด้านการลงทุนทางการค้าและบริการ มีการปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) การขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินการ



อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยฐานความรู้ สติปัญญา และขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ อีกทั้งนวัตกรรม และความสามารถเข้าถึงตลาด แหล่งทุน และการพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น จากแนวคิดของ Morris & Kuratko ได้เสนอว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันไม่สามารถเลือกใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น หากแต่จะต้องผสมผสานและเลือกใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ อีกทั้งความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ได้แก่ การกล้าเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Morris, M. H. & Kuratko, D. F., 2002) สอดคล้องกับปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยการสร้างฐานผู้ประกอบการ SMEs หรือผู้ประกอบการ อาชีพอิสระใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น (พินดา สัตโยภาส, 2560) ขณะเดียวกันได้ช่วยเหลือพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เดิมที่มีศักยภาพให้อยู่รอด ดำรงอยู่ และเติบโตช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การส่งเสริมพัฒนา SMEs ดังกล่าวเป็นการพัฒนาที่ยึดหลักให้ผู้ประกอบการเป็นตัวนำ การพัฒนา SMEs ทั้งระบบ (อาชวิน ใจแก้ว, 2561) โดยผู้ประกอบการเป็นปัจจัยการผลิตที่มีชีวิต จึงเป็นผู้ผสมผสานปัจจัยอื่น ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์ออกมาเป็นสินค้าหรือบริการสู่ตลาด รวมถึงนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความสามารถในความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร จึงก่อให้เกิดการสร้างและนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

จากที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเพื่อที่จะประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัย แสวงหาคำตอบ ประเด็นปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และรูปแบบเชิง สมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของ เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ ลำปาง ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ ลำปาง
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม เชรามิกส์ ลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research Method) ระหว่าง การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)



1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ วิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดลำปาง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Comrey & Lee ที่ระดับความเหมาะสมคือ $n \geq 300$ (Comrey, A. L., & Lee, H. B., 1992) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 159 คน จาก 159 โรงงาน ประกอบด้วย เจ้าของกิจการหรือตัวแทน หัวหน้างานฝ่ายการผลิตและฝ่ายการตลาดหรือการขาย หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งสิ้น 477 คน ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีความรู้และเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการในวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ที่สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น และมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ และนวัตกรรม ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง โดยมีรายละเอียดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

1.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะหน่วยงานหรือองค์การที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดลำปาง โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐ/องค์การภาคเอกชน/สถานประกอบการหรือตัวแทนซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประสานขับเคลื่อน และสนับสนุนวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปางจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารหรือผู้แทนของศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดลำปาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2) ผู้บริหารหรือผู้แทนของสมาคมเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดลำปาง 3) ผู้ก่อตั้งกลุ่มเซรามิกส์เตอร์ 4) ประธานหรือผู้แทนกลุ่มเซรามิกส์เตอร์ ปัจจุบัน

2. เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดลำปาง ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert R., 1967) การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ แล้ว



นำมาหาค่าเฉลี่ย และเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อใช้ในการแปลความหมายเป็นรายข้อ (ทัศกร ศรีสุข, 2558)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านการวิเคราะห์ หาคุณภาพด้านความตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยใช้เทคนิค IOC (Item objective congruence) ตามวิธีการของโรวินลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K., 1977) โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความตรงผ่านเกณฑ์คัดเลือกข้อคำถามนั้นไว้ใช้ได้ ผลการประเมินครั้งนี้ ทุกข้อคำถามได้มีค่า ≥ 0.50 จึงถือว่ามีความสอดคล้องกับข้อความที่จะวัด หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาหาค่าคุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.996 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ มีค่าระหว่าง 0.714 ถึง 0.981 ดังนั้นทุกข้อคำถามจึงผ่านเกณฑ์กำหนดคือ ตัวแปรทุกตัวทุกข้อคำถาม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach มากกว่า 0.7 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของทุกข้อคำถาม มีค่าตั้งแต่ 0.3 แสดงว่า แบบสอบถามฉบับนี้ มีความเชื่อมั่นสูงมาก สามารถนำไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมาน วิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยเทคนิค SEM

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง แบ่งประเด็นการสัมภาษณ์ เป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 บริบทวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง จำนวน 5 ประเด็นคำถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ และนวัตกรรม ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง จำนวน 8 ประเด็นคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของตัวแปรที่ต้องการศึกษา และสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงปริมาณ



ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะข้อมูล

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	477	100
ชาย	222	46.50
หญิง	255	53.50
อายุ	477	100
ตั้งแต่ 30-39 ปี	36	7.55
ตั้งแต่ 40-49 ปี	285	59.75
ตั้งแต่ 50-59 ปี	147	30.82
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	9	1.88
ระดับการศึกษา	477	100
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.ศ.5/ม.6/ปวช.)	108	22.64
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวท./ปวส.)	225	47.17
ปริญญาตรี	141	29.56
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.63
เขตพื้นที่ตั้งของสถานประกอบการ	477	100
อำเภอเมือง	228	47.80
อำเภอแม่เมายะ	9	1.88
อำเภอห้างฉัตร	33	6.92
อำเภอเกาะคา	195	40.88
อำเภอแม่ทะ	12	2.52
สถานภาพงานของท่านในกิจการ	477	100
เจ้าของกิจการ	98	20.55
ตัวแทน-เจ้าของกิจการ	61	12.79
หัวหน้างานฝ่ายการผลิต	159	33.33
หัวหน้างานฝ่ายการตลาด/การขาย	159	33.33
สถานประกอบการของท่าน ตั้งแต่ก่อตั้งถึงปัจจุบันได้ดำเนินธุรกิจเป็นเวลา.....ปี	477	100
ตั้งแต่ 5-10 ปี	39	8.18
ตั้งแต่ 11-15 ปี	231	48.43
ตั้งแต่ 16-20 ปี	159	33.33
มากกว่า 20 ปี	48	10.06
ประเภทของกิจการ	477	100
กิจการเจ้าของคนเดียว	312	65.41
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	42	8.80
บริษัทจำกัด	123	25.79
จำนวนพนักงานในกิจการ	477	100
ไม่เกิน 15 คน	6	1.26
ตั้งแต่ 16-30 คน	159	33.33



รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 31-50 คน	165	34.59
ตั้งแต่ 51-75 คน	48	10.06
ตั้งแต่ 76-100 คน	87	18.24
ตั้งแต่ 100 คน ขึ้นไป	12	2.52
ลักษณะรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ	477	100
ผลิตและจำหน่าย	360	75.47
ผลิต/รับจ้างผลิต	117	24.53
แหล่งเงินทุนในการประกอบกิจการ	477	100
ทุนส่วนเจ้าของกิจการ	222	46.54
ทุนส่วนเจ้าของกิจการ และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	255	53.46
ผลการดำเนินธุรกิจ ด้านสภาพการเงินที่ผ่านมา (2-3 ปี)	477	100
คงที่	309	64.78
มีผลกำไร	72	15.09
เติบโตอย่างต่อเนื่อง	96	20.13
กิจการของท่านได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามีคส์ใด	477	100
กลุ่มเชรากลัสเตอร์	63	13.20
กลุ่มสหกรณ์เชรามีคส์และหัตถอุตสาหกรรมลำปาง	180	37.74
ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายใด ๆ	234	49.06

จากตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 477 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 30-59 ปี ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวท./ปวส.) และปริญญาตรี เขตที่ตั้งของสถานประกอบการส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอเมือง รองลงมา อำเภอเกาะคา ห้างฉัตร แม่ทะ และแม่มาะ สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเจ้าของกิจการ ตัวแทนเจ้าของกิจการ หัวหน้างานฝ่ายการผลิตและฝ่ายการตลาดขาย กิจการมีการดำเนินธุรกิจเป็นเวลา 10 - 20 ปี ส่วนใหญ่เป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว รองลงมาเป็นบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด กิจการที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 69.18 และธุรกิจขนาดกลางมีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 30.82 ลักษณะของการดำเนินกิจการ ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการเพื่อการผลิตจำหน่าย (ร้อยละ 75.47) และเพื่อรับจ้างผลิต อย่างเดียว (ร้อยละ 24.53) การลงทุนจะใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน (ร้อยละ 53.46) และใช้เงินทุนส่วนตัว (ร้อยละ 46.54) ผลการดำเนินธุรกิจในระยะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจขนาดย่อมจะมีสถานภาพทางการเงินระดับคงที่แต่ไม่ขาดทุน แต่ธุรกิจขนาดกลางมีสถานภาพทางการเงิน ระดับมีผลกำไรและเติบโตอย่างต่อเนื่องตามกำลังการผลิต การเข้าร่วมกลุ่มเป็นเครือข่าย ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มสหกรณ์เชรามีคส์และหัตถอุตสาหกรรมลำปาง (ร้อยละ 37.74) กลุ่มเชรากลัสเตอร์ (ร้อยละ 13.20) และยังไม่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายใด ๆ (ร้อยละ 49.06)



ตารางที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม เครือข่ายธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม เชมรามิกส์ จังหวัดลำปาง

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับความสำคัญ
ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	4.44	.47	มาก	2
มิติความเป็นพลวัต	4.44	.55	มาก	
มิติการให้รางวัลผลตอบแทน	4.40	.57	มาก	
มิติความพร้อมของทรัพยากร	4.47	.38	มาก	
ด้านความเป็นผู้ประกอบการ	4.43	.37	มาก	3
มิติความคิดสร้างสรรค์	4.42	.42	มาก	
มิติการทำงานเชิงรุก	4.43	.41	มาก	
มิติการกล้าเผชิญความเสี่ยง	4.43	.44	มาก	
ด้านนวัตกรรม	4.41	.43	มาก	3
มิติผลิตภัณฑ์และบริการ	4.45	.56	มาก	
มิติกระบวนการ	4.38	.27	มาก	
มิติการตลาด	4.41	.57	มาก	
ด้านเครือข่ายธุรกิจ	4.38	.42	มาก	5
มิติความร่วมมือและการมีส่วนร่วม	4.42	.52	มาก	
มิติกิจกรรมเครือข่าย	4.35	.44	มาก	
มิติการสร้างเครือข่าย	4.37	.39	มาก	
ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.47	.45	มาก	1
มิติการจัดการต้นทุนต่ำ	4.47	.41	มาก	
มิติการสร้างความแตกต่าง	4.46	.64	มาก	
มิติการมุ่งเฉพาะส่วน	4.47	.43	มาก	
ภาพรวม	4.42	.47	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม เครือข่ายธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชวมรามิกส์ จังหวัดลำปาง พบว่า ทุกองค์ประกอบมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยเรียงลำดับปัจจัยความสำคัญคือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ($\bar{X} = 4.47$) เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ($\bar{X} = 4.44$) ความเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 4.43$) นวัตกรรม ($\bar{X} = 4.41$) และเครือข่ายธุรกิจ ($\bar{X} = 4.38$)

องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำคัญประการแรกคือ การจัดการต้นทุนต่ำ ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมา การมุ่งเฉพาะส่วน ($\bar{X} = 4.47$) และการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.46$) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความสำคัญประการแรกคือ ความพร้อมของทรัพยากร ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมา ความเป็นพลวัต ($\bar{X} = 4.44$) และการให้รางวัลผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.40$) ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ความสำคัญประการแรกคือ การกล้าเผชิญความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ การทำงานเชิงรุก ($\bar{X} = 4.43$) และความคิด



สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.42$) ปัจจัยนวัตกรรม ความสำคัญประการแรกคือ ผลลัพธ์และบริการ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา การตลาด ($\bar{X} = 4.41$) และกระบวนการ ($\bar{X} = 4.38$) ปัจจัยเครือข่ายธุรกิจ ความสำคัญประการแรกคือ ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ การสร้างเครือข่าย ($\bar{X} = 4.37$) และกิจกรรมเครือข่าย ($\bar{X} = 4.35$)

2. ผลตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดลำปาง

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบภาวะร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) ได้แก่ ตัวแปรองค์ประกอบปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน และตัวแปรสังเกตจำนวน 15 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต มีจำนวนทั้งหมด 105 คู่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .263 ถึง .850 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยระดับความสัมพันธ์ต่ำมาก จำนวน 1 คู่ ระดับความสัมพันธ์ต่ำ จำนวน 9 คู่ ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง จำนวน 42 คู่ และระดับความสัมพันธ์สูง จำนวน 53 คู่ แต่ค่าความสัมพันธ์ยังไม่มากเกินกว่า ± 0.85 ผู้วิจัยคาดว่าจะไม่เกิดปัญหาการมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกินไป หรือไม่เกิดความผันแปรร่วม

2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ ด้วย Factor Analysis การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของตัวแปรทั้งหมด (Percent Variance) ต้องมีค่ามากกว่า 1 ขึ้นไป ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) ตามเกณฑ์ ตั้งแต่ 0.707 ขึ้นไป และต้องมีค่าเป็นบวก หากตัวแปรใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.707 จะถูกสกัดออกไป โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรที่ศึกษา รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis

Construct/Item	loading	AVE
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	0.976	0.955
กิจการต้องเผชิญกับคู่แข่งของการส่งออกสินค้า ระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	0.945	
สภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ นโยบายภาครัฐ และเทคโนโลยี ทำให้กิจการต้องมีการปรับเปลี่ยนค่อนข้างรุนแรง	0.981	
จ่ายค่าตอบแทนแบบจูงใจให้กับพนักงานตามผลงานที่ทำได้ และในการทำงานวันหยุด	0.982	
มีการจัดสวัสดิการแก่พนักงานที่เพียงพอ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน เช่น ชุตทำงาน การให้	0.984	
ความปลอดภัยระหว่างการทำงาน การประกันสังคม เป็นต้น		
การเลื่อนระดับงาน/ตำแหน่งงานจะผูกอยู่กับเงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการที่สูงขึ้น	0.982	
มีแหล่งวัตถุดิบภายในจังหวัด สามารถจัดหาการขนส่ง เพื่อการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง	0.983	
พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพ มีการเรียนรู้จากวิทยากรของสถาบัน	0.972	
การศึกษามาถ่ายทอดความรู้		
ความเป็นผู้ประกอบการ	0.988	0.976



Construct/Item	loading	AVE
พัฒนาสินค้ารูปแบบสมัยใหม่ที่มีความหลากหลาย แต่คงอนุรักษ์ความเป็นล้านนา และอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง	0.994	
ขยายกิจการเพื่อดำเนินกิจการในธุรกิจต้นน้ำที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้าของธุรกิจกลุ่มอื่น เพื่อลดความเสี่ยงของการผูกขาดด้านราคา และการขาดแคลนวัตถุดิบที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตสินค้าสามารถทำงานได้บนสภาพความไม่แน่นอน ควบคู่ไปกับการเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้ตลอดเวลา	0.988	
มีการบริหารงานพันธมิตรธุรกิจ เพื่อการลงทุนและผลประโยชน์การถึงแม้สถานการณ์จะไม่คงที่ก็ตาม	0.986	
มีการปรับตัวทางการตลาด เมื่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการสินค้าและบริการที่อาจจะมีแนวโน้มลดลงจากเดิม	0.987	
นวัตกรรม	0.979	0.959
สร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจส่งออก	0.978	
สร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหาการเลียนแบบ และตัดราคาสินค้า	0.974	
พัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนเซรามิกส์ สำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมยานยนต์	0.985	
พัฒนาเครื่องมือ/เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยด้วยกระบวนการวิจัย เพื่อลดต้นทุน	0.990	
ลูกค้ามีการบอกต่อแบบปากต่อปาก เพื่อให้ลูกค้ารายอื่นรู้ และมาใช้บริการซื้อสินค้า/ส่งผลิตสินค้า	0.971	
สามารถรักษฐานลูกค้าเก่า และมีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่	0.973	
ศักยภาพด้านการตลาดและมีมูลค่าเพิ่มค่อนข้างสูง ด้วยการผลิตชิ้นส่วนเซรามิกส์สำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมยานยนต์	0.985	
เครือข่ายธุรกิจ	0.986	0.972
ปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม	0.986	
ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์สินค้าเพื่อความแตกต่างโดยใช้อัตลักษณ์จังหวัดลำปาง ศิลปะล้านนา	0.988	
สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม	0.982	
การเป็นสมาชิกสหกรณ์เซรามิกส์และหัตถอุตสาหกรรมลำปางหรือกลุ่มเซราคลัสเตอร์	0.988	
รวมกลุ่มจัดงานแสดงสินค้า/ไรต์โชว์	0.991	
การรวมกลุ่มธุรกิจภายในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ	0.989	
ร่วมกันเจรจาต่อรองทางการค้า เพื่อให้ได้ข้อตกลงและเงื่อนไขดีกว่า	0.976	
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.978	0.958
มีการปรับปรุงด้านเทคนิคการผลิต เพื่อลดต้นทุน การผลิต	0.968	
มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภท ทุกชนิด อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลให้สามารถผลิตสินค้าและ/หรือให้บริการด้วยต้นทุนต่ำ	0.956	
ผลิตสินค้าในลักษณะต้นน้ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ที่นำไปใช้ได้อย่างหลากหลายในอรรถประโยชน์	0.991	
มีรากฐานทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ สำหรับการผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ที่สร้างจุดเด่นแตกต่างของผลิตภัณฑ์	0.974	
มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง เพื่อสนองตอบต่อตลาดระดับบนในอุตสาหกรรมส่งออกตลาดต่างประเทศ	0.981	
มุ่งเน้นความท้าทายเพื่อสร้างความแตกต่างการผลิตเชิงพาณิชย์ ในธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมยานยนต์	0.986	
จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีความหลากหลายเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย	0.982	
มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนในการขาย	0.988	



จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธี Factor analysis พบว่า กลุ่มตัวแปรที่ถูกนำมารวมกันเป็นปัจจัยต่าง ๆ มีค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Loading) ≥ 0.707 และค่า AVE > 0.50 ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรชี้วัด 34 ตัวแปร แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยองค์ประกอบในระดับสูง และมาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน

2.3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	t-stat	ผลการ ทดสอบ
H1: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	.165	2.010*	สนับสนุน
H2: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นผู้ประกอบการ	.961	78.424**	สนับสนุน
H3: ความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	.454	4.786**	สนับสนุน
H4: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ	.811	9.650**	สนับสนุน
H5: ความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ	.186	2.217*	สนับสนุน
H6: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม	.468	2.723**	สนับสนุน
H7: ความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม	.516	3.023**	สนับสนุน
H8: เครือข่ายธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม	.605	3.034**	สนับสนุน
H9: นวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	.384	4.175**	สนับสนุน
SRMR = .016			

note: ** หมายถึง t - stat ≤ 2.58 (p - value $\leq .01$), * หมายถึง t - stat $\leq 1.96 - 2.58$ (p - value $\leq .05$)

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า ถ้าวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ลำปาง มีสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ดี เหมาะสม กล่าวคือ ได้รับการกระตุ้นสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งสภาพแวดล้อมภายในที่เกิดจากการที่วิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ลำปาง มีความพร้อมของทรัพยากรภายในท้องถิ่นด้านวัตถุดิบ และจากการที่ธุรกิจมีลักษณะส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว ทำให้ธุรกิจยังคงมีความเป็นระบบครบครัน ทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรธุรกิจจึงมีการสนับสนุน การดูแล และความผูกพัน จนเกิดการรับรู้และภาวะร่วมสร้างความเป็นผู้ประกอบการเกิดขึ้น จึงก่อให้เกิดการขับเคลื่อนกระบวนการเครือข่ายธุรกิจ และเกิดนวัตกรรม อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

2.4 ผลตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นขั้นตอนการตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน ซึ่งเป็นตัวแทนของทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร ค่าดัชนีความ



สอดคล้องของโมเดล (Goodness of Statistics) เปรียบเทียบกับเกณฑ์ ค่า SRMR <.05 (SRMR < .05) แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี และ SRMR น้อยกว่า .08 ($.05 \leq \text{SRMR} \leq .08$) แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับพอใช้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า SRMR = .016 ดังนั้น รูปแบบเชิงสมมติฐาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี แสดงว่า รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน ในโมเดลสมการโครงสร้างตามทฤษฎีนั้น มีลักษณะเหมือนกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรของข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงสามารถใช้ ทฤษฎีตามสมมติฐานนั้น อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปร ในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของ วิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง

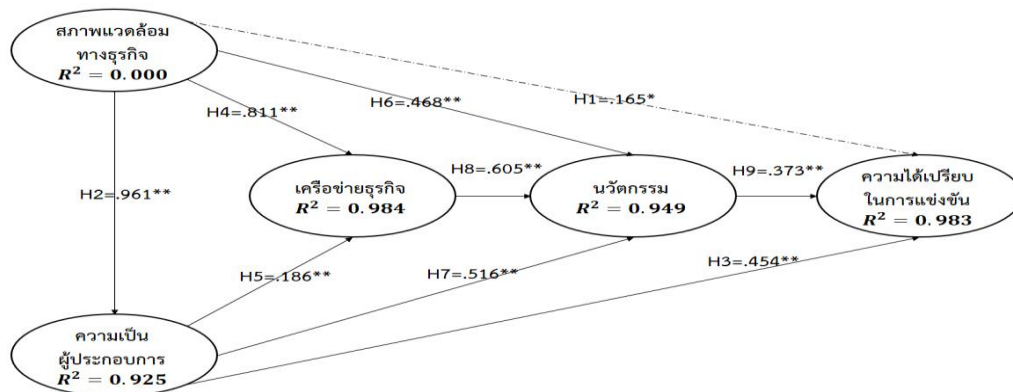
ตารางที่ 5 อิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

Dependent Variable	R ²	Effect	Antecedent			
			สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ความเป็นผู้ประกอบการ	เครือข่ายธุรกิจ	นวัตกรรม
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.983	DE	0.165	0.454	n/a	0.373
		IE	0.806	0.198	n/a	0.000
		TE	0.971	0.652	n/a	0.373
ความเป็นผู้ประกอบการ	0.925	DE	0.961	n/a	n/a	n/a
		IE	0.000	n/a	n/a	n/a
		TE	0.961	n/a	n/a	n/a
เครือข่ายธุรกิจ	0.984	DE	0.811	0.186	n/a	n/a
		IE	0.179	0.000	n/a	n/a
		TE	0.990	0.186	n/a	n/a
นวัตกรรม	0.949	DE	0.468	0.516	0.605	n/a
		IE	0.495	0.000	0.000	n/a
		TE	0.963	0.516	0.605	n/a

จากตารางที่ 5 อิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นผู้ประกอบการ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.961, $R^2 = 0.925$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.811, $R^2 = 0.984$) เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.605, $R^2 = 0.949$) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.516, $R^2 = 0.949$) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.454, $R^2 = 0.983$) นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.373, $R^2 = 0.983$) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง



= 0.186, $R^2 = 0.984$) อีกทั้งพบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยผ่านเครือข่ายธุรกิจ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.80, $R^2 = 0.983$) และมีอิทธิพลร่วมต่อนวัตกรรม ผ่านเครือข่ายธุรกิจ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.964, $R^2 = 0.949$) ดังนั้น ตัวแบบสมการโครงสร้างตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

3. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์มีความคิดเห็นสอดคล้องและสนับสนุนกรอบแนวคิดการวิจัยไปในทิศทางเดียวกันว่า ในความเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ความเป็นพลวัตมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องมีการรับรู้และติดตามการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และแสดงคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการพร้อมรับและปรับเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็นโอกาส ท้นต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้นำการพัฒนาและผสมผสานปัจจัยอื่น ๆ เข้าด้วยกัน โดยใช้สติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ และขีดความสามารถในการทำงานเชิงรุกเพื่อแสวงหาความร่วมมือทั้งจากองค์กรธุรกิจภายในและภายนอก เพื่อสร้างเครือข่ายที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจมีการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างนวัตกรรมใหม่หรือพัฒนาธุรกิจใหม่ ให้เกิดความคงอยู่หรือเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์



ลำปาง พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อรดับความสำคัญของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน ทุกปัจจัยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำคัญประการแรกคือ มิติการจัดการต้นทุนต่ำ รองลงมาคือ มิติการมุ่งเฉพาะส่วน และมิติการสร้างแตกต่าง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความสำคัญประการแรกคือ มิติความพร้อมของทรัพยากร รองลงมาคือ มิติความเป็นพลวัต และมิติการให้รางวัลผลตอบแทน ความเป็นผู้ประกอบการ ความสำคัญประการแรกคือ มิติการกล้าเผชิญความเสี่ยง รองลงมาคือ มิติการทำงานเชิงรุก และมิติความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ความสำคัญประการแรกคือ มิติผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมาคือ มิติการตลาด และมิติกระบวนการ เครือข่ายธุรกิจ ความสำคัญประการแรกคือ มิติความร่วมมือและการมีส่วนร่วม รองลงมาคือ มิติการสร้างเครือข่าย และมิติกิจกรรมเครือข่าย

2. ผลตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัย เชิงสาเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า วิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ ลำปาง มีผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมถึงนโยบายของรัฐบาล ทำให้ธุรกิจมีการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลง ผลกระทบนั้นได้ส่งผลทางตรงต่อผู้ประกอบการ ซึ่งแสดงภาวะความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจด้วยการกล้าเผชิญความเสี่ยง ดำเนินงานเชิงรุก มีความคิดสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนกลยุทธ์ธุรกิจ แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาได้ร่วมให้ความช่วยเหลือด้านการรวมกลุ่ม อีกทั้งการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จนเกิดการสร้างกลุ่มเครือข่ายธุรกิจตามนโยบายการพัฒนาclusters แบบคลัสเตอร์ ประกอบด้วยสมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง กลุ่มเซรามิกส์เตอร์ลำปาง สมาคมผู้ประกอบการไม้ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเหมืองแร่ดินขาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างฐานการรองรับการซื้อวัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนการผลิต มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนามาตรฐานคุณภาพการผลิต และช่วยเหลือระบบการขายในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ มีการผลิตผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นธุรกิจต้นน้ำให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน มีความคิดสร้างสรรค์โดยนำอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นหรือล้านนา ความโดดเด่นหรือความเฉพาะของพื้นที่ ดำเนินงานและมีความมีชื่อเสียงของจังหวัดลำปาง ผ่านการพัฒนาและออกแบบบนผลิตภัณฑ์เชรามิกส์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชรามิกส์ เพื่อการขยายสู่ธุรกิจใหม่ สร้างโอกาสทางธุรกิจ การตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ตลอดจนการสร้างคุณค่า มูลค่า และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตชิ้นส่วนเชรามิกส์เพื่อการอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิชาการที่เสนอว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ และมีอิทธิพลร่วมกับนวัตกรรม

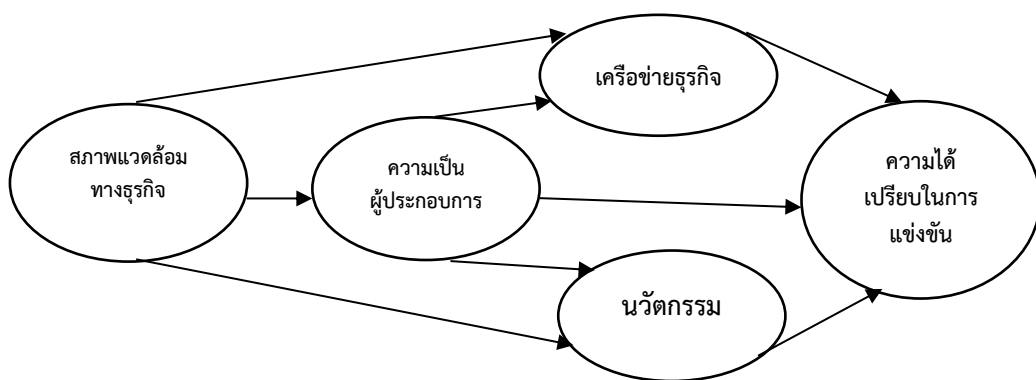


โดยส่งผ่านสู่ปัจจัยการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน (Zahra, S. A., & Gravis, D. M., 2000) และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งเป็นปัจจัยที่มีผลส่งผ่านต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจสู่การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน (ยุทธชัย ฮาริบิน และคณะ, 2559); (อาชวิน ใจแก้ว, 2561) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่จะใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือสร้างศักยภาพทางธุรกิจเชิงการแข่งขัน โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่ สอดคล้องกับบทความวิจัยของ นพดล พันธุ์พานิช ได้เสนอว่า การเพิ่มจุดแข็งของความสามารถด้านนวัตกรรม โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่สอดคล้องกับโอกาสเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของกลุ่มวิสาหกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (นพดล พันธุ์พานิช, 2561) ขณะที่ บุญชนิด วิงวอน ได้นำเสนอแนวคิดสนับสนุนเพิ่มเติมว่า นวัตกรรมเป็นเครื่องมือเฉพาะเจาะจงของความเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจ ผ่านการมีเครือข่ายธุรกิจและสังคม การมองหาโอกาสทางธุรกิจเป็นผลจากระบบการเรียนรู้ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายธุรกิจ จนเป็นพันธมิตรในการทำงานที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด มีการทำงานและแบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน เครือข่ายธุรกิจสามารถสร้างสมาชิกใหม่ ๆ หรือหุ้นส่วนธุรกิจใหม่ เกิดมูลค่าเพิ่ม ทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ (บุญชนิด วิงวอน, 2560)

3. ความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า รูปแบบเชิงสมมติฐานมีความสอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โมเดลสมการโครงสร้างตามทฤษฎี มีลักษณะเหมือนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถใช้ทฤษฎีตามสมมติฐานอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขัน ในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปางได้

องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยกำหนดที่มีผลต่อเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง สามารถอธิบายความรู้ใหม่ในการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง รายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ประเด็นการสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

จากภาพที่ 2 ประเด็นการสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 2) ความเป็นผู้ประกอบการ 3) เครือข่ายธุรกิจ และ 4) นวัตกรรม กล่าวคือ ถ้าวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง มีสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ดี มีความเหมาะสม หรือได้รับการกระตุ้น อีกทั้งมีสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจที่มีความพร้อมของทรัพยากรประเภทวัตถุดิบ และความสามารถของทรัพยากรบุคคล ที่ได้มีการสนับสนุน ให้การดูแลบำรุงรักษา และมีความผูกพัน จนเกิดการรับรู้และภาวะร่วมสร้างความเป็นผู้ประกอบการเกิดขึ้น ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนกระบวนการสร้างเครือข่ายธุรกิจ จนเกิดนวัตกรรม อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ หากผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง สามารถพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ตามที่กล่าวมานั้น ย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จในการสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยิ่งขึ้น

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ และนวัตกรรม มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง ทำให้ทราบว่า ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ความสามารถอยู่รอดและคงอยู่ในการประกอบธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์การแข่งขัน คือ การจัดการต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นเฉพาะ ผนวกกับปัจจัยองค์ประกอบความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น การพัฒนาผู้ประกอบการโดยการบ่มเพาะทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ให้เป็นผู้ประกอบการที่ก้าวหน้า และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ ส่งผลให้วิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์มีการขับเคลื่อนการสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน แสวงหาความ



ร่วมมือและการช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร เพื่อพัฒนาความรู้และความเข้าใจสิ่งใหม่ รวมถึงการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน ด้วยความร่วมมือและมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่าย และกิจกรรมเครือข่ายที่มีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่ธุรกิจใหม่หรือธุรกิจพัฒนาให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่นำสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในวิสาหกิจอุตสาหกรรมเชรามิกส์ ลำปาง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรนำความรู้จากผลการวิจัยไประดมแนวคิด และกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะพัฒนาให้จังหวัดลำปางเป็นเมืองเชรามิกส์อย่างยั่งยืน ตลอดจนการ นำนโยบายของรัฐบาลสร้างโอกาสและสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เสริมสร้างประสิทธิภาพของเครือข่ายธุรกิจ ช่วยเหลือสร้างและพัฒนา นวัตกรรม เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประเด็นการศึกษาที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งต่อไป ควรได้ศึกษาทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาประเด็นปัจจัยเชิงลึกในแต่ละเรื่อง เพื่อ ผลการวิจัยจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทาง ธุรกิจต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เทคนิคการแพทย์ นพดล พันธุ์พานิช อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ คำชี้แนะและการสนับสนุน ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ตรวจทานบทความวิจัยครั้งนี้ จนมีความสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- ทัตษกร ศรีสุข. (2558). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยภายใต้กรอบอาเซียน. ใน ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นพดล พันธุ์พานิช. (2561). กระบวนการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจระบบอัตโนมัติที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(3). 170-185.
- บุญชนิต วิงวอน. (2560). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของสภาพแวดล้อมธุรกิจ ภาวะผู้ประกอบการ และปัจจัยกำหนดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัว ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- พนิดา สัตโยภาส. (2560). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาด นวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบใน



- การแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- มลทิพย์ บำรุงกิจ และคณะ. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง.
- ยุทธชัย ฮารีบิน และคณะ. (2559). ความสามารถด้านเครือข่ายและความสามารถในการนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารนักบริหาร, 36(2), 79-88.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). ประเมินแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564). กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและแผน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การบูรณาการศักยภาพการผลิตเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของคลัสเตอร์วิสาหกิจกลุ่มล้านนา ในประเทศไทย. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). A first Course in Factor Analysis. New Jersey: Erlbaum.
- Likert R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. New York: Wiley & Son.
- Morris, M. H. & Kuratko, D. F. (2002). Corporate Entrepreneurship. Florida: Harcourt College Publishers.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Dutch Journal of Educational Research, 2(2), 49-60.
- Zahra, S. A., & Gravis, D. M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility. Journal of Business Venturing, 15(5), 469-492.