

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เชิงสาเหตุปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การตลาด การจัดการห่วงโซ่คุณค่า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs กับข้อมูลเชิงประจักษ์ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 271 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการดำเนินการด้านปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า และระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

4.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

4.3.1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.3.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

χ^2 หมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์

df หมายถึง องศาอิสระ

χ^2/df หมายถึง ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์

RMSEA หมายถึง ดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า

SRMR หมายถึง ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน

CFI หมายถึง ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ

TLI หมายถึง ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนของ Tucker และ Lewis

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามทั้งหมด 271 คน โดยเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประเภทของธุรกิจ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ จำนวนพนักงาน และอำเภอที่ตั้ง โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย หรือเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	95	35.1
1.2 หญิง	176	64.9
2. อายุ		
2.1 21-30 ปี	48	17.7
2.2 31-40 ปี	67	24.7
2.3 41-50 ปี	64	23.6
2.4 51-60 ปี	60	22.1
2.5 มากกว่า 61 ปี	32	11.8
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ประถมศึกษา	22	8.1
3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	39	14.4
3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย	57	21.0
3.4 ปวส./อนุปริญญา	24	8.9
3.5 ปริญญาตรี	102	37.6
3.6 ปริญญาโท หรือสูงกว่า	27	10.0
4. สถานภาพ		
4.1 โสด	95	35.1
4.2 สมรส	167	61.6
4.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9	3.3

ตารางที่ 4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. ประเภทธุรกิจ		
5.1 ธุรกิจการผลิต	25	9.2
5.2 ธุรกิจการค้า	157	57.9
5.3 ธุรกิจบริการ	89	32.8
6. ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ		
6.1 น้อยกว่า 1 ปี	16	5.9
6.2 1-5 ปี	73	26.9
6.3 6-10 ปี	76	28.0
6.4 11-15 ปี	25	9.2
6.5 16-20 ปี	16	5.9
6.6 21 ปีขึ้นไป	65	24.0
7. จำนวนพนักงาน		
7.1 1-10 คน	220	81.2
7.2 11-20 คน	19	7.0
7.3 21-30 คน	13	4.8
7.4 31-40 คน	7	2.6
7.5 41-50 คน	2	0.7
7.6 51 คนขึ้นไป	10	3.7
8. อำเภอที่ตั้ง		
8.1 อ.เมืองอุบลราชธานี	205	75.6
8.2 อ.วารินชำราบ	47	17.3
8.3 อ.พิบูลมังสาหาร	9	3.3
8.4 อ.เขื่องใน	6	2.2
8.5 อ. เขมราช	3	1.1
8.6 อ.สำโรง	1	0.4
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 4.1 จากการวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย หรือเชิงพรรณนา พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผล ดังนี้

4.1.1.1 เพศ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

4.1.1.2 อายุ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 อายุ 51-60 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.7 และอายุมากกว่า 61 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

4.1.1.3 ระดับการศึกษา ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ระดับปริญญาโท หรือสูงกว่าจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระดับปวส./อนุปริญญาจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และระดับประถมศึกษาจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

4.1.1.4 สถานภาพ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมา คือ สถานภาพโสดจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

4.1.1.5 ประเภทธุรกิจ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทำธุรกิจการค้าจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมา คือ ธุรกิจบริการจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และธุรกิจการผลิตจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

4.1.1.6 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 6-10 ปีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 1-5 ปีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 21 ปีขึ้นไปจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 11-15 ปีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และประสบการณ์ในการทำธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 16-20 ปีจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

4.1.1.7 จำนวนพนักงาน ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานในธุรกิจ 1-10 คนจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 81.2 รองลงมา คือ จำนวนพนักงานในธุรกิจ 11-20 คนจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 จำนวนพนักงานในธุรกิจ 21-30 คนจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 จำนวนพนักงานในธุรกิจ 51 คนขึ้นไปจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 จำนวนพนักงานในธุรกิจ 31-40 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และจำนวนพนักงานในธุรกิจ 41-50 คนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

4.1.1.8 อำเภอที่ตั้ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่อำเภอเมืองอุบลราชธานีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมา คือ อยู่อำเภวารินชำราบจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 อยู่อำเภอพิบูลมังสาหารจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 อยู่อำเภอเขื่องในจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 อยู่อำเภอเขมราฐจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และอยู่อำเภอสำโรงจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการดำเนินการด้านปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า และระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการดำเนินการด้านปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า และระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยการวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงบรรยาย หรือเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ เป็นการบรรยายสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูล ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

4.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการดำเนินการด้านปัจจัยกลยุทธ์การตลาด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับการดำเนินการ
1. ผลิตภัณฑ์	4.08	0.85	มาก
2. ราคา	4.14	0.79	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	0.89	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.12	1.21	ปานกลาง
รวม	3.84	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด พบว่า กลยุทธ์การตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ($\bar{X} = 3.84$, SD = 0.80) เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ($\bar{X} = 4.14$, SD = 0.79) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ($\bar{X} = 4.08$, SD = 0.85) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ($\bar{X} = 4.02$, SD = 0.89) ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ($\bar{X} = 3.12$, SD = 1.21)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนการผลิตหรือจัดหาสินค้า หรือวางแผนการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.18	1.08	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนให้เห็นถึงจุดแข็งหรือความโดดเด่นของสินค้าและบริการอย่างชัดเจน	4.18	0.93	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนการปฏิบัติให้สินค้าและบริการออกมามีคุณภาพตรงตามอุตสาหกรรม เช่น มอก. อย. เป็นต้น	4.04	1.04	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนการคืนสินค้า กรณีสินค้าชำรุดทั้งเปลี่ยนสินค้า ให้ส่วนลด คืนเป็นเงินสด หรืออื่น ๆ	3.92	1.17	มาก
รวม	4.08	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.85$) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการวางแผนการผลิต หรือจัดหาสินค้า หรือวางแผนการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านธุรกิจของท่านมีการวางแผนให้เห็นถึงจุดแข็ง หรือความโดดเด่นของสินค้าและบริการอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 1.08$, 0.93) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการวางแผนการปฏิบัติให้ สินค้าและบริการออกมามีคุณภาพตรงตามอุตสาหกรรม เช่น มอก. อย. เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 1.04$) และด้านธุรกิจของท่านมีการวางแผนการคืนสินค้า กรณีสินค้าชำรุดทั้งเปลี่ยนสินค้า ให้ส่วนลด คืนเป็นเงินสด หรืออื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 1.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด
ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีแผนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ทางการตลาดในการตั้งราคาสินค้าและบริการ	4.18	0.91	มาก
2. สินค้าและบริการของท่านแผนการตั้งราคา ตามต้นทุนสินค้าและบริการ	4.24	0.84	มาก
3. ธุรกิจของท่านวางแผนการปรับเปลี่ยนราคา สินค้าและบริการ	4.00	1.06	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนเงื่อนไขการชำระ สินค้าและบริการที่หลากหลาย ทั้งเครดิตเงินสด จ่ายเงินสด และโอนผ่านธนาคาร	4.17	0.94	มาก
รวม	4.14	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด
ด้านราคา พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14
($\bar{X} = 4.14$, SD = 0.79) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน
โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านสินค้าและบริการของท่านแผนการตั้งราคาตามต้นทุน
สินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ($\bar{X} = 4.24$, SD = 0.84) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีแผน
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดในการตั้งราคาสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18
($\bar{X} = 4.18$, SD = 0.91) ด้านธุรกิจของท่านมีการวางแผนเงื่อนไขการชำระสินค้าและบริการที่หลากหลาย
ทั้งเครดิตเงินสด จ่ายเงินสด และโอนผ่านธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($\bar{X} = 4.17$, SD = 0.94)
และด้านธุรกิจของท่านวางแผนการปรับเปลี่ยนราคาสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
($\bar{X} = 4.00$, SD = 1.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีหน้าร้านที่สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการ	4.32	1.06	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีที่จอดรถกว้างขวาง	3.81	1.20	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการจัดวางสินค้าและบริการที่เป็นระเบียบ	4.06	1.02	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลายทาง เช่น Line Facebook เป็นต้น	3.89	1.36	มาก
รวม	4.02	0.89	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ($\bar{X} = 4.02$, SD = 0.89) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีหน้าร้านที่สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ($\bar{X} = 4.32$, SD = 1.06) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการจัดวางสินค้าและบริการที่เป็นระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ($\bar{X} = 4.06$, SD = 1.02) ด้านธุรกิจของท่านมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลายทาง เช่น Line Facebook เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ($\bar{X} = 3.89$, SD = 1.36) และด้านธุรกิจของท่านมีที่จอดรถกว้างขวางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ($\bar{X} = 3.81$, SD = 1.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านใช้สื่อโฆษณาที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา สื่อออนไลน์ เป็นต้น	3.23	1.27	ปานกลาง
2. ธุรกิจของท่านมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ หลากหลาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น	3.42	1.38	ปานกลาง
3. ธุรกิจของท่านมีระบบสมาชิกเพื่อสะสมยอดซื้อ เพื่อแลกของรางวัล	2.70	1.39	ปานกลาง
รวม	3.12	1.21	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ($\bar{X} = 3.12$, SD = 1.21) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ($\bar{X} = 3.42$, SD = 1.38) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านใช้สื่อโฆษณาที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา สื่อออนไลน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ($\bar{X} = 3.23$, SD = 1.27) และด้านธุรกิจของท่านมีระบบสมาชิกเพื่อสะสมยอดซื้อ เพื่อแลกของรางวัลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 ($\bar{X} = 2.70$, SD = 1.21) ตามลำดับ

4.1.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการดำเนินการด้านปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับการดำเนินการ
1. โลจิสติกขาเข้า	3.87	1.01	มาก
2. การปฏิบัติการ	3.96	0.96	มาก
3. โลจิสติกขาออก	3.93	1.00	มาก
4. การบริการ	4.16	0.92	มาก
รวมกิจกรรมหลัก	3.96	0.86	มาก
5. โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	3.96	0.96	มาก
6. การบริหารทรัพยากรบุคคล	3.87	1.03	มาก
7. เทคโนโลยีและวิจัย	3.48	1.11	ปานกลาง
8. การจัดซื้อ	4.17	0.92	มาก
รวมกิจกรรมสนับสนุน	3.87	0.87	มาก
รวม	3.93	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าพบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ($\bar{X} = 3.93$, SD = 0.84) การจัดการห่วงโซ่คุณค่าแบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) **กิจกรรมหลัก**อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 0.86) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ($\bar{X} = 4.16$, SD = 0.92) รองลงมา คือ ด้านการปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 0.96) ด้านโลจิสติกส์ขาออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ($\bar{X} = 3.93$, SD = 1.00) และด้านโลจิสติกขาเข้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 1.01) ตามลำดับ 2) **กิจกรรมสนับสนุน**อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 0.84) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการจัดซื้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($\bar{X} = 4.17$, SD = 0.92) รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 0.96) และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 1.03) ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและวิจัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 1.11$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโลจิสติกส์ขาเข้า

ด้านโลจิสติกส์ขาเข้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีระบบการรับวัตถุดิบที่เป็นระบบ	3.80	1.14	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีรูปแบบการจัดเก็บสินค้าที่สะดวกต่อการค้นหา และนำมาใช้ได้ง่าย	4.05	0.99	มาก
3. ธุรกิจของท่านสามารถจ่ายสินค้าไปสู่ขั้นตอนต่อไปได้อย่างรวดเร็ว	3.75	1.19	มาก
รวม	3.87	1.01	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโลจิสติกส์ขาเข้า พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโลจิสติกส์ขาเข้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 1.01$) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีรูปแบบการจัดเก็บสินค้าที่สะดวกต่อการค้นหา และนำมาใช้ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ($\bar{X} = 4.05$, $SD = 0.99$) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีระบบการรับวัตถุดิบที่เป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 1.14$) และด้านธุรกิจของท่านสามารถจ่ายสินค้าไปสู่ขั้นตอนต่อไปได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ($\bar{X} = 3.75$, $SD = 1.14$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการปฏิบัติการ

ด้านการปฏิบัติการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการเตรียมวัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านคุณภาพวัตถุดิบ ปริมาณที่เพียงพอ และราคาต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำ	4.09	1.00	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรที่มีคุณภาพ และปลอดภัยในการผลิตสินค้า	3.73	1.22	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้อย่างเหมาะสม ทั้งปริมาณงาน คุณภาพของงาน และเวลาในการทำงานที่ทันเวลา	4.06	1.09	มาก
รวม	3.96	0.96	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการปฏิบัติการ พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการปฏิบัติการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 0.96) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการเตรียมวัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านคุณภาพวัตถุดิบ ปริมาณที่เพียงพอ และราคาต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ($\bar{X} = 4.09$, SD = 1.00) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้อย่างเหมาะสม ทั้งปริมาณงาน คุณภาพของงาน และเวลาในการทำงานที่ทันเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ($\bar{X} = 4.06$, SD = 1.09) และด้านธุรกิจของท่านมีอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรที่มีคุณภาพ และปลอดภัยในการผลิตสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ($\bar{X} = 3.73$, SD = 1.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านโลจิสติกส์ขาออก

ด้านโลจิสติกส์ขาออก	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการขนส่งสินค้าที่หลากหลายช่องทาง เพื่อส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ทันเวลา	3.70	1.22	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการเก็บสินค้าและบริการให้พร้อมส่งมอบไปยังลูกค้าเสมอ	3.98	1.04	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการตรวจสอบสินค้าและบริการก่อนขนส่งไปยังลูกค้า	3.96	1.18	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการดำเนินการในการจัดส่งสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ	4.08	1.10	มาก
รวม	3.93	1.00	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านโลจิสติกส์ขาออก พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านโลจิสติกส์ขาออกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ($\bar{X} = 3.93$, SD = 1.00) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการดำเนินการในการจัดส่งสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ($\bar{X} = 4.08$, SD = 1.10) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการเก็บสินค้าและบริการให้พร้อมส่งมอบไปยังลูกค้าเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ($\bar{X} = 3.98$, SD = 1.04) ด้านธุรกิจของท่านมีการตรวจสอบสินค้าและบริการก่อนขนส่งไปยังลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 1.18) และด้านธุรกิจของท่านมีการขนส่งสินค้าที่หลากหลายช่องทาง เพื่อส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ทันเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ($\bar{X} = 3.70$, SD = 1.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริการ

ด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการกับลูกค้า	4.12	0.98	มาก
2. พนักงานขายให้บริการลูกค้าด้วยถ้อยคำที่สุภาพ	4.31	0.93	มาก
3. พนักงานของท่านมีความรู้ที่จะแนะนำการใช้งานสินค้าและบริการได้อย่างครบถ้วน	4.17	1.12	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขายสินค้า	4.04	1.12	มาก
รวม	4.16	0.92	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริการ พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ($\bar{X} = 4.16$, SD = 0.92) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านพนักงานขายให้บริการลูกค้าด้วยถ้อยคำที่สุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ($\bar{X} = 4.31$, SD = 0.93) รองลงมา คือ ด้านพนักงานของท่านมีความรู้ที่จะแนะนำการใช้งานสินค้าและบริการได้อย่างครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($\bar{X} = 4.17$, SD = 1.12) ด้านธุรกิจของท่านมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ($\bar{X} = 4.12$, SD = 0.98) และด้านธุรกิจของท่านมีการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขายสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ($\bar{X} = 4.04$, SD = 1.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร

ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน	3.93	1.02	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีระบบการเงินและบัญชีที่แสดงผลข้อมูลทางการเงินได้ครบถ้วน	3.87	1.10	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการระบบภายในองค์กร	3.59	1.30	มาก
รวม	3.96	0.96	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ($\bar{X} = 3.96$, SD = 0.96) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ($\bar{X} = 3.93$, SD = 1.02) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีระบบการเงินและบัญชีที่แสดงผลข้อมูลทางการเงินได้ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 1.10) และด้านธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการระบบภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ($\bar{X} = 3.59$, SD = 1.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานที่จะคัดเลือกอย่างชัดเจน	3.87	1.12	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการให้สวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสม	3.94	1.10	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการพัฒนา และฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	3.80	1.21	มาก
รวม	3.87	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 1.03) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการให้สวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ($\bar{X} = 3.94$, SD = 1.10) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานที่จะคัดเลือกอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ($\bar{X} = 3.87$, SD = 1.12) และด้านธุรกิจของท่านมีการพัฒนา และฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ($\bar{X} = 3.80$, SD = 1.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านเทคโนโลยีและวิจัย

ด้านเทคโนโลยีและวิจัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านได้มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอทุกปี	3.27	1.31	ปานกลาง
2. ธุรกิจของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป	3.85	1.22	มาก
3. ธุรกิจของท่านการทำวิจัยด้านการตลาดเพื่อช่วยคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของลูกค้า	3.58	1.27	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการใช้ระบบเทคโนโลยีในการจัดการสินค้าในคลังสินค้า	3.23	1.37	ปานกลาง
รวม	3.48	1.11	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านเทคโนโลยีและวิจัย พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการวิจัย และพัฒนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ($\bar{X} = 3.48$, SD = 1.11) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก และปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ การดำเนินการระดับมาก ได้แก่ ด้านธุรกิจของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ($\bar{X} = 3.85$, SD = 1.22) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านการทำวิจัยด้านการตลาด เพื่อช่วยคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ($\bar{X} = 3.58$, SD = 1.27) ตามลำดับ และการดำเนินการระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านธุรกิจของท่านได้มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอทุกปี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.27 ($\bar{X} = 3.27$, SD = 1.31) และด้านธุรกิจของท่านมีการใช้ระบบเทคโนโลยีในการจัดการสินค้าในคลังสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ($\bar{X} = 3.23$, SD = 1.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการ
ห่วงโซ่คุณค่าด้านการจัดซื้อ

ด้านการจัดซื้อ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ การดำเนินการ
1. ธุรกิจของท่านมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิตอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.98	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้อยู่ในมาตรฐาน	4.29	0.95	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีหาแหล่งขายวัตถุดิบที่เชื่อถือและไว้วางใจได้ เพื่อเป็นแหล่งสำรองในการจัดหาวัตถุดิบ	4.22	1.01	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการจัดหาทรัพยากรในองค์กรที่เหมาะสม	4.03	1.02	มาก
รวม	4.17	0.92	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินการของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการจัดซื้อ พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการจัดซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($\bar{X} = 4.17$, $SD = 0.92$) เมื่อพิจารณารายด้านผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้อยู่ในมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.95$) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีหาแหล่งขายวัตถุดิบที่เชื่อถือและไว้วางใจได้ เพื่อเป็นแหล่งสำรองในการจัดหาวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 1.01$) ด้านธุรกิจของท่านมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิตอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ($\bar{X} = 4.15$, $SD = 0.98$) และด้านธุรกิจของท่านมีการจัดหาทรัพยากรในองค์กรที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ($\bar{X} = 4.03$, $SD = 1.02$) ตามลำดับ

4.1.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับผลประกอบการด้านปัจจัย ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ SMEs

ปัจจัยผลการดำเนินการของ ธุรกิจ SMEs	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับผลประกอบการ
1. ด้านการเงิน	3.68	0.91	สูง
2. ด้านลูกค้า	4.20	0.93	สูง
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.97	0.91	สูง
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.49	1.18	ปานกลาง
รวม	3.84	0.86	สูง

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs พบว่า ผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวมมีผลประกอบการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ($\bar{X} = 3.84$, $SD = 0.86$) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลประกอบการในระดับสูง และปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความคิดเห็นระดับสูง ได้แก่ ด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.93$) ด้านกระบวนการภายในมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.91$) และด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ($\bar{X} = 3.68$, $SD = 0.91$) ตามลำดับ และผลประกอบการระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการเติบโตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 1.18$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ SMEs ด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ ผลประกอบการ
1. ธุรกิจของท่านมีผลประกอบการกำไรเพิ่มขึ้นใน ทุกปี	3.70	1.04	สูง
2. ธุรกิจของท่านมียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.67	1.04	สูง
3. ธุรกิจของท่านมีต้นทุนที่ต่ำในการเงิน	3.56	1.06	สูง
4. ธุรกิจของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินในการ ดำเนินธุรกิจ	3.79	0.98	สูง
รวม	3.68	0.91	สูง

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินการ
ของธุรกิจ SMEs ด้านการเงิน พบว่า ผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านการเงินโดยภาพรวม
มีผลประกอบการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ($\bar{X} = 3.68$, SD = 0.91) เมื่อพิจารณารายด้าน
ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลประกอบการอยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้
ด้านธุรกิจของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79
($\bar{X} = 3.79$, SD = 0.98) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีผลประกอบการกำไรเพิ่มขึ้นในทุกปีมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.70 ($\bar{X} = 3.70$, SD = 1.04) ด้านธุรกิจของท่านมียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.67 ($\bar{X} = 3.67$, SD = 1.04) และด้านธุรกิจของท่านมีต้นทุนที่ต่ำในการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.56 ($\bar{X} = 3.56$, SD = 1.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ SMEs ด้านลูกค้า

ด้านลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ ผลประกอบการ
1. ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการของท่านเพิ่มมากขึ้น	4.19	0.98	สูง
2. ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการของท่านซ้ำ	4.34	0.94	สูง
3. ลูกค้าบอกต่อสินค้าและบริการของท่าน	4.23	0.98	สูง
4. ธุรกิจของท่านสามารถเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้ และมีฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น	4.03	1.04	สูง
รวม	4.20	0.93	สูง

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านลูกค้า พบว่า ผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านลูกค้าโดยภาพรวมมีผลประกอบการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ($\bar{X} = 4.20$, SD = 0.93) เมื่อพิจารณารายด้านธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลประกอบการในระดับสูงในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการของท่านซ้ำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ($\bar{X} = 4.34$, SD = 0.94) รองลงมาคือ ด้านลูกค้าบอกต่อสินค้าและบริการของท่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ($\bar{X} = 4.23$, SD = 0.98) ด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการของท่านเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ($\bar{X} = 4.19$, SD = 0.98) และด้านธุรกิจของท่านสามารถเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้ และมีฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ($\bar{X} = 4.03$, SD = 1.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ SMEs ด้านกระบวนการภายใน

ด้านกระบวนการภายใน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ ผลประกอบการ
1. ลูกค้าของท่านมาร้องเรียนเป็นจำนวนน้อย	3.57	1.43	สูง
2. ธุรกิจของท่านมีการให้บริการส่งสินค้าและบริการให้ลูกค้าไม่ผิดพลาด	3.93	1.12	สูง
3. ธุรกิจของท่านมีการควบคุมรายจ่ายในการบริหารจัดการที่ดี	4.14	0.98	สูง
4. ธุรกิจของท่านมีการปรับขั้นตอนในการทำงานภายในองค์กรให้กระชับ และเวลาที่ลดลงอยู่เสมอ	4.01	1.04	สูง
5. ธุรกิจของท่านมีระยะเวลาในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	4.21	0.93	สูง
รวม	3.97	0.91	สูง

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านกระบวนการภายใน พบว่า ผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านกระบวนการภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($\bar{X} = 3.97$, SD = 0.91) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลประกอบการในระดับสูงในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านธุรกิจของท่านมีระยะเวลาในการทำงานที่มีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ($\bar{X} = 4.21$, SD = 0.93) รองลงมา คือ ด้านธุรกิจของท่านมีการควบคุมรายจ่ายในการบริหารจัดการที่ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ($\bar{X} = 4.14$, SD = 0.98) ด้านธุรกิจของท่านมีการปรับขั้นตอนในการทำงานภายในองค์กรให้กระชับ และเวลาที่ลดลงอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ($\bar{X} = 4.01$, SD = 1.04) ด้านธุรกิจของท่านมีการให้บริการส่งสินค้าและบริการให้ลูกค้าไม่ผิดพลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ($\bar{X} = 3.93$, SD = 1.12) และด้านลูกค้าของท่านมาร้องเรียนเป็นจำนวนน้อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ($\bar{X} = 3.57$, SD = 1.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ SMEs ด้านการเรียนรู้และการเติบโต

ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนฯ (SD)	ระดับ ผลประกอบการ
1. ธุรกิจของท่านมีโครงการพัฒนาความรู้ให้กับพนักงานทุกปี เช่น ความรู้ด้านภาวะผู้นำ ความรู้ด้านภายในองค์กร ความรู้ด้านการผลิต เป็นต้น	3.57	1.24	สูง
2. ธุรกิจของท่านมีโครงการพัฒนาทักษะในการทำงานให้กับพนักงานทุกปี เช่น ทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เป็นต้น	3.30	1.31	ปานกลาง
3. พนักงานของท่านได้รับการเลื่อนขั้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.19	1.24	ปานกลาง
4. พนักงานของท่านมีความพึงพอใจ โดยดูจากการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	3.80	1.28	สูง
5. ธุรกิจของท่านมีการเติบโตจนสามารถจ่ายเงินโบนัสประจำปี หรือโบนัสพิเศษให้กับพนักงาน	3.61	1.35	สูง
รวม	3.49	1.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ระดับผลประกอบการของปัจจัยผลการดำเนินการของธุรกิจ-SMEs ด้านการเรียนรู้และการเติบโตพบว่า ผลการดำเนินการของธุรกิจ SMEs ด้านการเรียนรู้และการเติบโต โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 1.18$) เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลประกอบการในระดับสูงและปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความคิดเห็นสูงได้แก่ ด้านพนักงานของท่านมีความพึงพอใจ โดยดูจากการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 1.28$) รองลงมา คือด้านธุรกิจของท่านมีการเติบโตจนสามารถจ่ายเงินโบนัสประจำปี หรือโบนัสพิเศษให้กับพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 1.35$) ด้านธุรกิจของท่านมีโครงการพัฒนาความรู้ให้กับพนักงานทุกปี เช่น ความรู้ด้านภาวะผู้นำ ความรู้ด้านภายในองค์กร ความรู้ด้านการผลิต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ($\bar{X} = 3.57$, $SD = 1.24$) และความคิดเห็นระดับปานกลาง

ได้แก่ ด้านธุรกิจของท่านมีโครงการพัฒนาทักษะในการทำงานให้กับพนักงานทุกปี เช่น ทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ($\bar{X} = 3.30$, SD. = 1.31) และด้านพนักงานของท่านได้รับการเลื่อนขั้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ($\bar{X} = 3.19$, SD. = 1.24) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์เป็นอย่างไร โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้ ทั้งตัวแปรต้น และตัวแปรตามที่ใช้ในโมเดลเชิงสาเหตุของ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการตลาด	การส่งเสริมการตลาด	โลจิสติกส์ขาเข้า	การปฏิบัติการ	โลจิสติกส์ขาออก	การบริการ	โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	การบริหารทรัพยากรบุคคล	เทคโนโลยีและวิจัย	การจัดซื้อ	การเงิน	ลูกค้า	กระบวนการภายใน
กลยุทธ์การตลาด	ราคา	.761**														
	ช่องทางการตลาด	.725**	.729**													
	การส่งเสริมการตลาด	.476**	.536**	.641**												
การจัดการห่วงโซ่คุณค่า	โลจิสติกส์ขาเข้า	.617**	.692**	.684**	.669**											
	การปฏิบัติการ	.632**	.644**	.692**	.586**	.795**										
	โลจิสติกส์ขาออก	.633**	.557**	.708**	.680**	.669**	.667**									
	การบริการ	.678**	.650**	.636**	.526**	.572**	.650**	.677**								
	โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	.696**	.676**	.654**	.666**	.701**	.777**	.633**	.659**							
	การบริหารทรัพยากรบุคคล	.689**	.647**	.713**	.654**	.657**	.698**	.755**	.578**	.699**						
	เทคโนโลยีและวิจัย	.711**	.613**	.720**	.759**	.657**	.688**	.745**	.662**	.699**	.784**					
	การจัดซื้อ	.603**	.563**	.545**	.401**	.720**	.680**	.598**	.503**	.594**	.613**	.514**				
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	การเงิน	.669**	.682**	.698**	.650**	.760**	.695**	.670**	.605**	.648**	.716**	.691**	.696**			
	ลูกค้า	.753**	.735**	.731**	.475**	.638**	.666**	.617**	.656**	.585**	.699**	.645**	.701**	.742**		
	กระบวนการภายใน	.609**	.721**	.682**	.597**	.776**	.740**	.663**	.600**	.681**	.729**	.654**	.680**	.770**	.724**	
	การเรียนรู้และการเติบโต	.653**	.629**	.697**	.713**	.597**	.645**	.734**	.616**	.671**	.824**	.840**	.450**	.669**	.612**	.676**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญที่ 0.01 *มีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4.22 สรุปการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	ระดับความสัมพันธ์					รวม (คู่)
	ต่ำมาก 0.00-0.19	ต่ำ 0.20-0.39	ปานกลาง 0.40-0.59	สูง 0.60-0.79	สูงมาก 0.80-1.00	
ตัวแปรต้น-ตัวแปรต้น	-	-	14	52	-	66
ตัวแปรตาม-ตัวแปรตาม	-	-	-	6	-	6
ตัวแปรต้น-ตัวแปรตาม	-	-	5	48	2	54

จากตารางที่ 4.21 และตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งตัวแปรต้น และตัวแปรตามที่ใช้ในโมเดลเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ตามเกณฑ์ของ Salkind (2000) (พิชญาดา พื้นผา, 2560) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรต้นทั้งหมด 12 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทุกตัว เป็นจำนวนทั้งหมด 54 คู่ ตัวแปรต้นกับตัวแปรตามทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.585 - 0.840 อยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนใหญ่ตัวแปร 47 คู่ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง 5 คู่ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดกับกระบวนการภายใน ($r_{xy} = 0.597$) โลจิสติกส์เข้ากับการเรียนรู้และการเติบโต ($r_{xy} = 0.597$) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กรกับลูกค้า ($r_{xy} = 0.585$) และการส่งเสริมการตลาดกับลูกค้า ($r_{xy} = 0.475$) และการจัดซื้อกับการเรียนรู้และการเติบโต ($r_{xy} = 0.450$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก 2 คู่ ได้แก่ เทคโนโลยีและวิจัยกับการเรียนรู้และการเติบโต ($r_{xy} = 0.840$) และการบริหารทรัพยากรบุคคลกับการเรียนรู้และการเติบโต ($r_{xy} = 0.824$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาตัวแปรต้นที่สัมพันธ์ระหว่างกันทั้งหมด ประกอบด้วย ปัจจัยกลยุทธ์การตลาด 4 ตัว และการจัดการห่วงโซ่คุณค่า 8 ตัว ซึ่งมีทั้งหมด 66 คู่ พบว่า ตัวแปรต้นกับตัวแปรต้นด้วยกันมีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.401 - 0.795 อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง 14 คู่ และระดับสูง 52 คู่ โดยความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดระหว่างกันเองมีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.476-0.761 อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์ของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าระหว่างกันเองมีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.514 - 0.795 อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดกับปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.401-0.759 อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 แต่ไม่มีคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.80 ดังนั้นตัวแปรต้นทุกตัวที่มีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์ในโมเดลสมการโครงสร้างได้เนื่องจากไม่มีค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่สัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก จึงไม่ต้องนำมาจัดกลุ่มให้เป็นตัวแปรเดียวกัน

เมื่อพิจารณาตัวแปรตามที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันทั้งหมด 4 ตัว ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมด 6 คู่ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง 0.612 - 0.770 อยู่ในระดับสูงทุกคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่มีคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.80 ดังนั้นตัวแปรตามทุกคู่มีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์ในโมเดลสมการโครงสร้างได้ เนื่องจากไม่มีค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรตามที่สัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก จึงไม่ต้องนำมาจัดกลุ่มให้เป็นตัวแปรเดียวกัน

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

ผลวิเคราะห์ทดสอบโมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ SMEs ผลการทดสอบสมมติฐาน 4 ข้อ ดังนี้

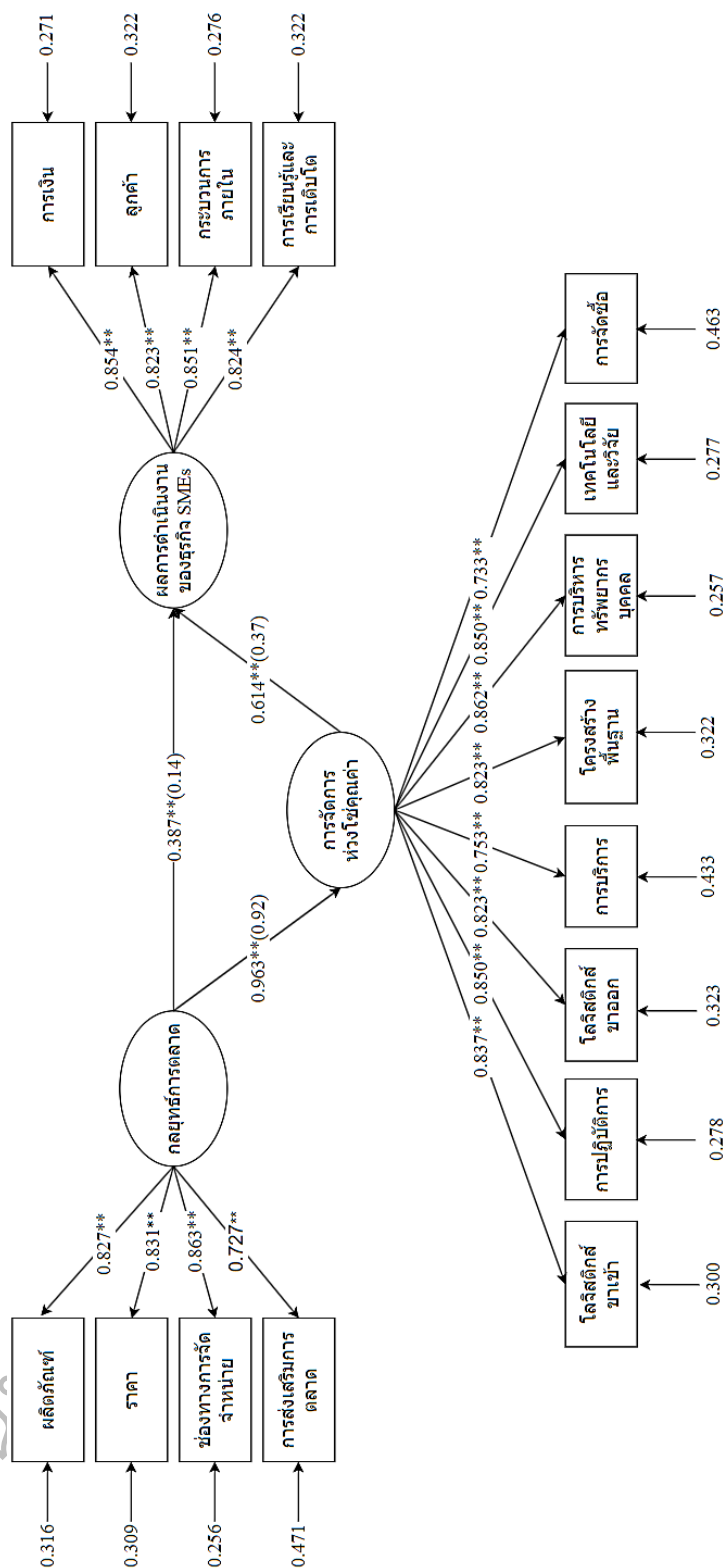
4.3.1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ SMEs ประกอบด้วยตัวแปรแฝงทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดการจัดการห่วงโซ่คุณค่า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs สำหรับตัวแปรสังเกตได้มีทั้งหมด 16 ตัวแปร ได้แก่ ผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติงาน โลจิสติกส์ขาออก การบริการ โครงสร้างพื้นฐาน การบริหารทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีและวิจัย การจัดซื้อ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเติบโต ดังภาพที่ 4.1 (หน้า 104) โดยมีผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเกณฑ์สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดล ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	เกณฑ์ที่ยอมรับได้	อ้างอิง	ผลค่าสถิติ	ระดับการแปลผล
χ^2/df	< 3.00	(Klein, 2011)	2.842	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	(Hu & Bentler, 1999)	0.910	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90	(Tucker & Lewis, 1973)	0.922	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	(Joreskog & Sorborn, 1996)	0.045	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	(Joreskog & Sorborn, 1996)	0.048	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติต่าง ๆ พบว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้ $\chi^2 = 258.657$, $df = 91$, $\chi^2/df = 2.842$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 (พิชญาดา พันผา, 2560; อ้างอิงจาก Klien, 2011) อยู่ในระดับผ่าน ค่า SRMR = 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (Joreskog & Sorborn, 1996) อยู่ในระดับผ่าน ค่า RMSEA = 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (Joreskog & Sorborn, 1996) อยู่ในระดับผ่าน ค่า CFI = 0.901 ซึ่งมากกว่า 0.90 อยู่ในระดับผ่าน (Hu & Bentler, 1999) ค่า TLI = 0.922 ซึ่งมากกว่า 0.90 อยู่ในระดับผ่าน (Tucker & Lewis, 1973 cited from Klein, 2011) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับผ่านเกณฑ์



$$\chi^2 = 258.657, df = 91, SRMR = 0.045, RMSEA = 0.048, CFI = 0.901, TLI = 0.922$$

หมายเหตุ: **p < 0.01

ภาพที่ 4.1 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจSMEs

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ			สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ R^2
		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (β)	S.E.	t	
กลยุทธ์การตลาด	ผลิตภัณฑ์	0.827	0.021	38.828**	0.684
	ราคา	0.831	0.027	31018**	0.691
	ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.863	0.021	40.285**	0.744
	การส่งเสริมการตลาด	0.727	0.027	27.297**	0.529
การจัดการห่วงโซ่คุณค่า	โลจิสติกส์ขาเข้า	0.837	0.020	42.185**	0.700
	การปฏิบัติการ	0.850	0.022	38.798**	0.722
	โลจิสติกส์ขาออก	0.823	0.021	39.011**	0.677
	การบริการ	0.753	0.036	20.838**	0.567
	โครงสร้างพื้นฐาน	0.823	0.021	39.011**	0.678
	การบริหารทรัพยากรบุคคล	0.862	0.018	48.686**	0.743
	เทคโนโลยีและวิจัย	0.850	0.016	52.370**	0.723
	การจัดซื้อ	0.733	0.042	17.336**	0.537
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	การเงิน	0.854	0.022	38.294**	0.729
	ลูกค้า	0.823	0.029	28.889**	0.678
	กระบวนการภายใน	0.851	0.023	36.271**	0.724
	การเรียนรู้และการเติบโต	0.824	0.019	44.143**	0.678

หมายเหตุ: ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

ธุรกิจ SMEs พบว่า ตัวแปรสังเกตทุกตัวในแต่ละองค์ประกอบของตัวแปรแฝงมีความเหมาะสม สามารถวัดได้ตรงตามเนื้อหา และค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.50 ถือว่าผ่านเกณฑ์ทุกตัว (factor loading

> 0.50) (Haie and et al, 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานสมบูรณ์แยกตามตัวแปรแฝง ได้ผลดังนี้

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาด ตัวแปรย่อยของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.863 รองลงมาคือ ด้านราคามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.831 ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.827 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.727 ตามลำดับ

ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ตัวแปรย่อยของปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.862 รองลงมาคือ ด้านปฏิบัติ และด้านเทคโนโลยีและวิจัยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.850 ด้านโลจิสติกส์มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.837 ด้านโลจิสติกส์ขาออก และด้านโครงสร้างพื้นฐานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.823 ด้านบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.753 และด้านการจัดซื้อมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.733 ตามลำดับ

ปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ตัวแปรย่อยของปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ การเงินมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.854 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการภายในมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.851 ด้านการเรียนรู้และเติบโตมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.824 และด้านลูกค้ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.819 ตามลำดับ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลการประมาณค่าอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลรวม (total effect) ระหว่างตัวแปรในโมเดล เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงของโมเดลเชิงสาเหตุกลยุทธ์การตลาด และการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

ทิศทางอิทธิพล	ค่าสถิติ	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (total Effect)
กลยุทธ์การตลาด → ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	β S.E. t R ²	0.387 (0.138) 2.802** 0.14	0.591 (0.963 × 0.614) - 0.35	0.978 - - -
การจัดการห่วงโซ่คุณค่า → ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	β S.E. t R ²	0.614 (0.137) 4.472** 0.37	- - - -	0.614 - - -
กลยุทธ์การตลาด → การจัดการห่วงโซ่คุณค่า	β S.E. t R ²	0.963 (0.008) 114.340** 0.92	- - - -	0.963 - - -

หมายเหตุ: ** p < 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงของโมเดลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ดังนี้

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.387 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.14 แสดงว่า กลยุทธ์การตลาดสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้ร้อยละ 14

ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.614 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.37 แสดงว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้ร้อยละ 37

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.963 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.92 แสดงว่า กลยุทธ์การตลาดสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือการเปลี่ยนแปลงของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าได้ร้อยละ 92

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม พบว่า กลยุทธ์การตลาดยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยส่งผ่านตัวแปรส่งผ่านการจัดการห่วงโซ่คุณค่า มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.591 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.35 แสดงว่า กลยุทธ์การตลาดรวมกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้ร้อยละ 35