

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้าง ขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

Value Chain Management Affecting Business Success: A Case Study of Small and Medium Construction Material Retailer in Roi-Kaen-Sarn-Sin Cluster

อภิสิทธิ์ บุนนาค¹ และ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์²
Apisit Bunnak¹ and Srisunan Prasertsang²

Received : 23 เม.ย. 2563

Revised : 6 มิ.ย. 2563

Accepted : 8 มิ.ย. 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก 2) ศึกษาระดับความสำเร็จของร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก 3) เปรียบเทียบความสำเร็จของร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าต่อความสำเร็จของร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก กลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 201 ราย เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of variance: ANOVA) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการห่วงโซ่คุณค่าร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก รายด้านที่สูงที่สุด คือ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2) ความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการภายใน 3) ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีสถานที่ตั้งของธุรกิจ จำนวนพนักงาน และระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน มีความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน ส่วนร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีทุนในการดำเนินงานของธุรกิจ ต่างกันมีความสำเร็จของธุรกิจไม่แตกต่าง 4) การจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเก็บรักษา ด้านการตลาดและการขาย และด้านการบริการหลังการขาย มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการจัดหาซื้อมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ

คำสำคัญ : การจัดการห่วงโซ่คุณค่า, ความสำเร็จของธุรกิจ, ร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก

¹ นักศึกษาลูกศรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อีเมล: teeza-001@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อีเมล: Prasertsang.sp@gmail.com

¹ Master Student, Master of Business Administration, Roi Et Rajabhat University, Email: teeza-001@hotmail.com

² Assistant Professor, Ph.D., Lecturer in Faculty of Business and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the level of Value Chain management for medium and small construction material stores, 2) study the level of business success for medium and small construction material stores, 3) compare the business success of medium and small construction material stores by business fundamentals and 4) study Value Chain management affecting on business success for medium and small construction material stores. The sample consisted of 201 medium and small construction material stores in the Roi-Kaen-Sarn-Sin cluster. The instrument was questionnaires. The statistics used were mean, standard deviation, One-way ANOVA, Pearson's simple correlation and multiple regression analysis.

The result shows that 1) Value Chain management of medium and small construction material stores in the Roi-Kaen-Sarn-Sin cluster in overall was at a high level. The highest level of an aspect was human resource management. 2) Business success of medium and small construction material stores in the Roi-Kaen-Sarn-Sin cluster in overall was at a high level. The highest level of an aspect was internal process. 3) The medium and small construction material stores in the Roi-Kaen-Sarn-Sin cluster had different locations, the number of employees and duration of operation had different business success. While medium and small construction material stores in the Roi-Kaen-Sarn-Sin cluster had different capital was not different business success. 4) Value Chain management in human resource management, storage, marketing and sales, and after-sales service had a relationship and positive influenced to business success at 0.01 level and procurement had a relationship and positive influenced to business success at 0.05 level. On the other hand, technology development did not had influence to business success.

Keywords : Value chain management, Business success, Small and Medium enterprises construction material retailer

บทนำ

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของครอบครัวไทยมีขนาดเล็กลงและมีสมาชิกจำนวนน้อยคน ทำให้จำนวนครัวเรือนเติบโตขึ้นส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงต่อการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและกิจการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงแต่ละพื้นที่ ทำให้การพัฒนาเมืองเกิดการขยายตัวในด้านต่าง ๆ รวมถึงความต้องการในการใช้วัสดุก่อสร้างมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยสูงขึ้น สำหรับภาพรวมมูลค่าตลาดค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้างระหว่างปี 2550-2561 เติบโตในอัตรา CAGR ร้อยละ 5.6 โดยเฉพาะร้านค้าเฉพาะอย่าง และร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในตลาด ซึ่งคาดว่าในช่วงระหว่างปี 2562-2564 ธุรกิจวัสดุก่อสร้างจะมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ในปี 2562 และในปี 2563-2564 อุปสงค์วัสดุก่อสร้างในประเทศจะขยายตัวมากขึ้น ตามทิศทางของภาคการก่อสร้างที่เติบโต ทั้งโครงการภาครัฐและภาคเอกชน (วิจัยกรุงศรี, 2562 : ออนไลน์)

จากข้อมูลการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของการลงทุนก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นทุกปี ร้านขายวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจก่อสร้างจึงเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงาน เพื่อให้ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เร็วโดยการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาลูกค้าและสร้างความแตกต่าง เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ให้ธุรกิจอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะของธุรกิจที่ถดถอย และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบการแข่งขันเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ เหมาะสำหรับ

สถานการณ์ในยุคปัจจุบัน โดยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการจำกัดขอบเขตจึงเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ได้นำเสนอเครื่องมือการสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทุกกิจกรรมที่ร้อยเป็นโซ่เรียกว่าห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้และประสบผลสำเร็จได้ (พรนภา โคตะโน, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, 2557 : 3)

การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นการวิเคราะห์กิจกรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ภายในองค์กร โดยการวิเคราะห์ความพร้อมของทรัพยากรภายในที่สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหนือกว่าให้กับองค์กร ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต ซึ่งกิจกรรมคุณค่านี้จะเชื่อมโยงเรียงกันเป็นโซ่ ตั้งแต่กระบวนการแรงงานถึงสิ้นสุดที่การสนองตอบความต้องการของลูกค้า โดยกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่า จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ กิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) กิจกรรมพื้นฐานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประโยชน์และส่งมอบคุณลักษณะทางกายภาพของสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง ได้แก่ การขนส่งเข้า การปฏิบัติการ การขนส่งออก การตลาดและการขาย และการบริการ ส่วนกิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดหาทรัพยากร การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ได้อธิบายให้เห็นถึงวิธีการสร้างคุณค่าขององค์กรผ่านกลยุทธ์ทั้งการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) และการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) โดยองค์กรต้องเชื่อมโยงคุณค่าต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน ให้มีความสัมพันธ์กันคล้ายลูกโซ่แบบต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรต้องวิเคราะห์ว่ากิจกรรมใดมีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เพื่อวางแผนให้เกิดความแข็งแกร่งในการสร้างคุณค่าที่โดดเด่นขององค์กร (ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์, 2559 : 44)

ความสำเร็จของธุรกิจ เป็นเป้าหมายอันดับต้นในการดำเนินกิจการให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยธุรกิจจะกำหนดเป้าหมายที่แตกต่างกันตามลักษณะของการดำเนินงาน และตามขนาดขององค์กร ในปัจจุบันผู้ประกอบการมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ประเมินความสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องและครอบคลุมกับกระบวนการดำเนินงาน เพื่อสามารถแยกแยะความสำเร็จได้อย่างชัดเจน การประเมินผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard) เป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างแพร่หลายในธุรกิจประเภทต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแนวคิดของ แคปแลน และนอร์ตัน ได้นำเสนอไว้ในปี ค.ศ. 1992 เป็นแนวคิดในการประเมินองค์กรแบบรอบด้าน ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต เพื่อให้ธุรกิจต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในการดำเนินเพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืน (สมคิด บางโม, 2552 : 287)

ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก มีสถิติการเติบโตของกิจการเพิ่มขึ้นและในบริบทของผู้ประกอบการอยู่ในพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งมีการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้างเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ร้านขายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้างจึงมีความจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ด้วยการสร้างคุณค่าที่เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ไปสู่ลูกค้า เนื่องจากทิศทางราคาวัสดุก่อสร้างในปี 2562-2564 โดยรวมมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น ตามต้นทุนและปริมาณงานก่อสร้างในโครงการลงทุนของทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562 : ออนไลน์)

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดกลาง ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดกลาง เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดเล็ก

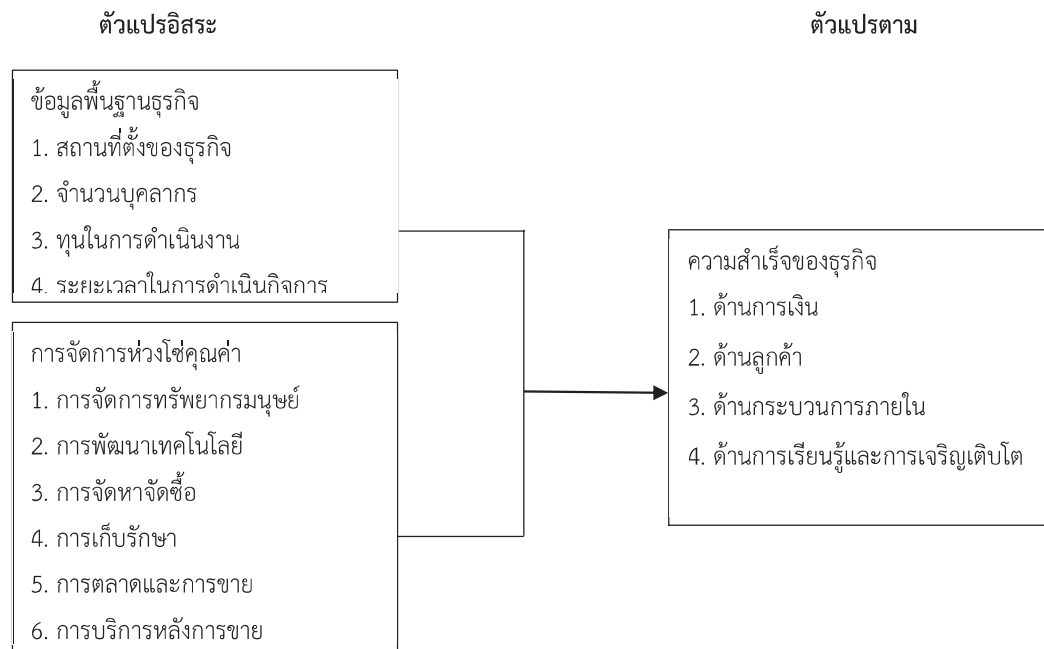
และขนาดกลาง ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์
2. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์
3. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ
4. ศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ประยุกต์องค์ประกอบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าจากงานวิจัยของ สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์, ทดมัล แสงสว่าง, วรวิช โกวิทยากร และพงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ (2560 : 116-127) ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์ (2559 : 41-54) สุกฤดา ปรีชาว่อง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2559 : 133-149) และกฤติดา พงษ์จันทร์ (2558 : 59-60) ประกอบด้วย 6 กิจกรรม ได้แก่ 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2) การพัฒนาเทคโนโลยี 3) การจัดหาจัดซื้อ 4) การเก็บรักษา 5) การตลาดและการขาย และ 6) การบริการหลังการขาย และความสำเร็จของธุรกิจ ได้นำแนวคิดการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) ของ Kaplan and Norton (1992 : 71-79) มาใช้ศึกษา ประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยแสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 396 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562 : ออนไลน์)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 201 ราย โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 39) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) และการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บจากเจ้าของกิจการหรือตัวแทนหรือผู้จัดการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (allowable error)

กำหนดระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะใช้ค่า 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad & \frac{396}{1+396(0.05)^2} = \frac{396}{1+0.99} \\ n = & 198 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 198 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ จะเก็บข้อมูลจำนวน 201 ตัวอย่าง แบ่งตามการเทียบสัดส่วนประชากรได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัดในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

จังหวัด	ประชากร (ราย)	กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ร้อยเอ็ด	90	50
ขอนแก่น	214	100
มหาสารคาม	56	31
กาฬสินธุ์	36	20
รวม	396	201

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 16 ตุลาคม 2562

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจประกอบด้วย ข้อมูลด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจ จำนวนพนักงานทุนในการดำเนินงาน (สินทรัพย์รวม) ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของร้านขายวัสดุก่อสร้างในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2) การพัฒนาเทคโนโลยี 3) การจัดหาจัดซื้อ (การนำเข้าวัตถุดิบ) 4) การเก็บรักษา (การจัดวาง การบริหารสินค้าคงคลัง) 5) การตลาดและการขาย และ 6) การบริการหลังการขาย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน 4) ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายและสมมติฐานการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย แล้วนำมาแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยประเมินความสอดคล้องของนิยามศัพท์เฉพาะและข้อความของตัวแปรแต่ละตัวแปร จากนั้นนำผลการประเมินที่ได้มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยพิจารณาเลือกใช้ข้อความที่มีค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 64) การวิจัยครั้งนี้ข้อความจากแบบสอบถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.66-1.00 มีความเที่ยงตรงซึ่งยอมรับได้

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กที่จังหวัดยโสธร จำนวน 30 ร้าน เนื่องจากจังหวัดยโสธรมีสภาพเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกับกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผู้วิจัยจึงเลือกจังหวัดยโสธรเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดย (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นควรมีค่าตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไปจะอยู่ในระดับดีมาก (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540 : 125) โดยค่าระดับความเชื่อมั่นของด้านการจัดการห่วงโซ่คุณค่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.922 และความสำเร็จของธุรกิจ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.927ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

6. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Loading) ได้กำหนดค่าความเที่ยงตรงไม่ต่ำกว่า 0.4 (Nunnally & Bernstein, 1994 : 264-265) ซึ่งพบว่าการจัดการห่วงโซ่คุณค่า

มีค่าเที่ยงตรงเชิงองค์ประกอบระหว่าง 0.652–0.878 และความสำเร็จของธุรกิจ มีค่าเที่ยงตรงเชิงองค์ประกอบระหว่าง 0.63 0.904

7. จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

3.1 ขอนหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยแนบพร้อมทั้งแบบสอบถามถึงผู้ประกอบการร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถาม ถึงผู้ประกอบการร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ก่อนไปประมวลผล โดยข้อมูลที่เก็บได้จำนวน 201 ฉบับ และวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ โดยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์หาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดเกณฑ์ในการการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชุม ศรีสะอาด, 2545 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อยู่ในระดับระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดเกณฑ์ในการการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชุม ศรีสะอาด, 2545 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีความสำเร็จ อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีความสำเร็จ อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีความสำเร็จ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.4. การเปรียบเทียบความสำเร็จของร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดเล็กและขนาดกลาง ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of Variance : ANOVA)

5. เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 137) ดังนี้

- ≥ 0.81 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
- 0.61-0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
- 0.41-0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
- 0.21-0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
- ≤ 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

6. วิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้าง ขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553: 316)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) 2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of variance: ANOVA) และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) 3) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) 4) การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การจัดการห่วงโซ่คุณค่าร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่สูงที่สุด คือด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการสอนงานให้พนักงานเรียนรู้ พัฒนาฝีมืออยู่เสมอ รองลงมา คือ ด้านการจัดหาจัดซื้อ และด้านการเก็บรักษา ตามลำดับ

2. ความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับสูงสุด คือ ด้านกระบวนการภายในโดยเฉพาะการควบคุมและการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และพร้อมส่งมอบให้ลูกค้า รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต และด้านลูกค้าตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้าง ขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ ดังนี้

3.1 ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีสถานที่ตั้งของธุรกิจต่างกัน จำนวนพนักงานต่างกัน และระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน มีความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน

3.2 ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีทุนในการดำเนินงานของธุรกิจ (สินทรัพย์รวม) มีความความสำเร็จของธุรกิจไม่แตกต่างกัน

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ดังตาราง

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

Model	ห่วงโซ่	Unstandardized		Standardized	t	P-Value
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	ค่าคงที่ (Constant)	0.294	0.292		1.006	0.315
	1.ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	0.167	0.063	0.144	2.638	0.009**
	2.ด้านการจัดหาจัดซื้อ	0.164	0.068	0.158	2.409	0.017*
	3.ด้านการเก็บรักษา	0.210	0.054	0.243	3.911	0.000**
	4.ด้านการตลาดและการขาย	0.226	0.036	0.345	6.203	0.000**
	5.ด้านการบริการหลังการขาย	0.138	0.046	0.178	2.995	0.003**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเก็บรักษา ด้านการตลาด และการขาย ด้านการบริการหลังการขาย มีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการจัดหาจัดซื้อมีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

อภิปรายผล

1. การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดซื้อจัดหา และด้านการเก็บรักษา เนื่องจากธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างมีขนาดเล็กมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพนักงานอย่างใกล้ชิด มีการสรรหาและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานโดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถเป็นสำคัญ มีการมอบหมายหน้าที่ตามความรู้ความสามารถ และความถนัด มีการสอนงานให้พนักงานอยู่เสมอ นอกจากนี้กิจการยังมีคู่ค้าที่มีการติดต่อซื้อขายสินค้ากันมายาวนาน มีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และมีการเก็บรักษา ในสถานที่ที่ปลอดภัย ให้คงสภาพเดิมที่สามารถใช้งานได้และเหมาะสม มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจัดเก็บในคลังสินค้า มีการแยกจัดเก็บสินค้าและตรวจสอบคุณภาพเพื่อพร้อมจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกฤตา ปริชาว่อง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2559 : 133) ได้ศึกษาร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างเพื่อทำแผนการปรับปรุงธุรกิจค้าส่งวัสดุก่อสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการขาย การขนส่งสินค้า การส่งเสริมการขาย การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า และการจัดซื้อสินค้าตามลำดับ โดยด้านการพัฒนาบุคลากรมีการจัดฝัองค์กรที่ชัดเจน และมีการฝึกอบรมพนักงาน ด้านการขายมีการจัดทำ ฐานข้อมูลลูกค้าและจัดการดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้า

การขนส่งสินค้ามีการจัดทำแผนการจัดส่งล่วงหน้า การจัดการสินค้าคงคลังโดยการจัดด้วยวิธีเอบีซี มีการจัดระบบในคลังสินค้า และพื้นที่ในคลังให้เป็นไปตามผัง และมีการจัดระบบการจัดซื้อแบบศูนย์กลาง (Centralization) นอกจากนี้ ร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้าง จะต้องทำการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางการค้า ซึ่งแผนการปรับปรุงร้านค้าส่ง วัสดุก่อสร้างนี้ เพื่อช่วยในการเพิ่มยอดขาย ลดต้นทุน และพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ และสอดคล้องกับทฤษฎีของ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์ (2559 : 41-42) ได้ศึกษา การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลตำบลเกาะแก้ว และตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจหอพักมีการจัดการห่วงโซ่คุณค่าอยู่ในระดับมากเช่นกัน

2. ความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกิจการให้ความสำคัญกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ เช่น มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ มีการค้นหาและพัฒนาวิธีการดำเนินงานที่ดี เช่น วิธีการจัดส่งสินค้า วิธีการกำหนดเส้นทางการขนส่งซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์ (2559 : 41-42) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลตำบลเกาะแก้ว และตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่มีการนำการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามาใช้จะทำให้เกิด ความสำเร็จในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ อภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีสถานที่ตั้งของธุรกิจต่างกัน มีจำนวนพนักงานต่างกัน และมีระยะเวลาดำเนินงานต่างกันมีความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน เนื่องจากสถานที่ตั้งของธุรกิจแต่ละจังหวัดมีขนาดและจำนวน ประชากรต่างกัน ความต้องการในการซื้อวัสดุจึงต่างกันทำให้เกิดความสำเร็จต่างกัน นอกจากนี้จำนวนพนักงานที่ต่างกัน ทำให้มีศักยภาพในการบริการที่ต่างกัน ทำให้เกิดความสำเร็จต่างกัน และระยะเวลาดำเนินงานทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญต่างกัน จึงทำให้ความสำเร็จต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ขจรศักดิ์ ไชยวงศ์ (2560 : 56-57) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ แนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้าห้างสรรพสินค้า ผลการวิจัย พบว่าผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง สาขาของศูนย์การค้าห้างสรรพสินค้าจะทำการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง โดยให้ความสำคัญต่อบริเวณด้านลักษณะที่ดิน ปัจจัยด้านลูกค้า ปัจจัยด้านคู่แข่ง ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโต ของเมือง ในขณะที่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในศูนย์การค้าห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภคอยู่ในระดับ มากที่สุด และสอดคล้องกับ สุวิทย์ อินเขียน (2559 : 60-63) ได้ศึกษากลยุทธ์ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนเครื่องจักร ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อม จัดตั้งในรูปแบบบริษัท มีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5 ปี ขึ้นไป มีความสำเร็จของธุรกิจ ด้านกระบวนการภายในโดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.2 ร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีทุนในการดำเนินงาน ของธุรกิจ (สินทรัพย์รวม) ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกิจการร้านขายวัสดุก่อสร้าง ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก จึงเป็นการค้าขายในแบบค่อยเป็นค่อยไป หากมีการลงทุนเกินที่ควรอาจทำให้มีการใช้จ่าย ที่ไม่คุ้มทุนที่เสียไป ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการลงทุนในการประกอบกิจการร้านขายวัสดุก่อสร้างไม่จำเป็นต้องลงทุนมาก ซึ่งสอดคล้อง กับ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558 : 81-86) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีการลงทุนของกิจการแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลาง และขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ดแก่นสารสินธุ์ อภิปรายได้ดังนี้

4.1 การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจร้านขายวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก จึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์มากที่สุด มีการมอบหมายหน้าที่ตามความรู้ความสามารถ และความถนัด มีการสอนงานให้พนักงานอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับขวัญฤทัย เทพพิทักษ์ (2558 : 73-79) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้แปรรูป ของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ผลการศึกษาพบว่าห่วงโซ่คุณค่าส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้แปรรูปของผู้ประกอบการไทย และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อยของห่วงโซ่คุณค่าแล้ว พบว่าการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดหา ด้านปัจจัยนำออก ด้านปัจจัยนำเข้า และการตลาดและการขาย ตามลำดับ และสอดคล้องกับ Zehira, Gurolb, Karabogac and Koled (2016 : 372-381) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งต่อความสำเร็จขององค์กร โดยในการศึกษานี้ จะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และกิจกรรมที่เน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษานี้ พบว่าองค์กรที่จะประสบความสำเร็จต้องมีความเป็นผู้ประกอบการที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับการวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีระบบ แบบแผนการมอบหมายบทบาทของบุคลากรในองค์กร การบริหารการจ่ายค่าตอบแทน การพัฒนาบุคลากรตามคุณลักษณะเฉพาะ จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับอรุณา ชุมประสงค์ และการุณ พงศ์ศาสตร์ (2562 : 205-215) ได้ศึกษาการจัดการเชิงรุกของบุคลากรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่าการองค์กรที่มุ่งให้ความสำคัญกับบุคลากรให้มีการประสานงาน การมีส่วนร่วมและการพัฒนาความสามารถของบุคลากร จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีต่อองค์กรและเกิดความสำเร็จในที่สุด

4.2 การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการเก็บรักษา มีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และมีการเก็บรักษาในสถานที่ที่ปลอดภัย ให้คงสภาพเดิมที่สามารถใช้งานได้ และเหมาะสม มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจัดเก็บในคลังสินค้า มีการแยกจัดเก็บสินค้า และตรวจสอบคุณภาพเพื่อพร้อมจัดจำหน่าย มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายสินค้าเพื่อลดความเสียหายและสูญเสียต่อสินค้า สอดคล้องกับสุกฤตา ปรีชาว่อง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2559 : 133) ได้ศึกษาร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างเพื่อทำแผนการปรับปรุงธุรกิจค้าส่งวัสดุก่อสร้าง โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านค้าส่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 5 ร้านค้า ที่มีรายได้มากกว่า 50 ล้านบาทต่อปี ผลการศึกษาพบว่า ร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการขาย การขนส่งสินค้า การส่งเสริมการขาย การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า และการจัดซื้อสินค้าตามลำดับ โดยด้านการจัดการสินค้าคงคลังโดยการจัดด้วยวิธีเอปซี มีการจัดระบบในคลังสินค้าและพื้นที่ในคลังให้เป็นไปตามผัง และมีการจัดระบบการจัดซื้อแบบศูนย์กลาง (Centralization) และสอดคล้องกับขวัญฤทัย เทพพิทักษ์ (2558 : 73-79) ได้ศึกษาการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้แปรรูปของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ผลการศึกษาพบว่าห่วงโซ่คุณค่า ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้แปรรูปของผู้ประกอบการไทย และพบว่าการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดหา ด้านปัจจัยนำออก ด้านปัจจัยนำเข้า และการตลาดและการขาย

4.3 การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการตลาดและการขาย มีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงหลากหลายช่องทาง มีการจัดกิจกรรมการขายร่วมกับผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การกำหนดราคาและเงื่อนไขด้านการเงิน เช่น การผ่อนชำระ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับกฤษณ์ ทัญญา (2558 : 108-119) ได้ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การจัดการส่วนประสมทางการตลาด

ทั้งการกำหนดราคาที่เหมาะสม การพัฒนาคุณภาพของสินค้า ความหลากหลายในช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่น่าสนใจเป็นที่ต้องการของลูกค้า เช่น การลด แลก แจกแถม และสอดคล้องกับฉวิงค์ บวรกีรติขจร (2560 : 2057) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นกลุ่มผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยในการชำระเงิน ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคาสินค้า และด้านการโฆษณา

4.4 การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการบริการหลังการขายมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากมีบริการส่งสินค้าให้กับลูกค้าตามความเหมาะสมและตรงต่อเวลา มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เมื่อเกิดข้อขัดข้องหรือปัญหาในการใช้สินค้าหรือบริการ มีบริการติดตั้งหรือแนะนำการใช้สินค้าให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ มีการติดตามความพึงพอใจหลังการใช้สินค้ากับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับภุชงค์ ทัพจุฬา (2558 : 108-119) ได้ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ร้านค้าต้องติดต่อกับลูกค้า การให้บริการส่งสินค้าหรือการบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้ามีข้อร้องเรียนหรือต้องการให้ช่วยเหลือหลังซื้อสินค้า การแนะนำประโยชน์ของสินค้า การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

4.5 การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ด้านการจัดหาจัดซื้อที่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากมีผู้ขายวัตถุดิบที่สั่งซื้อเป็นประจำ ที่มีคุณภาพ จำนวนมาก ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และผู้ขายวัตถุดิบที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานมีการจัดทำสัญญาหรือข้อตกลงการซื้อสินค้ากับผู้ขายวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และได้รับการยอมรับมีกระบวนการจัดซื้อที่สะดวก รวดเร็วและได้มาตรฐาน สอดคล้องกับ Kumar, Singh, and Shankar (2015 : 92-104) ได้ศึกษาวิจัยการนำการจัดการห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินเดีย การศึกษานี้มุ่งให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการสร้างเครือข่าย กับผู้บริโภคและผู้จำหน่ายวัตถุดิบซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบที่เหนือกว่าในการลดต้นทุน คุณภาพ การขนส่งสินค้า ดังนั้นการดำเนินการเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ จะเชื่อมโยงสู่โซ่คุณค่าของกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งด้านการเงิน ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความสำเร็จในกระบวนการจัดการภายในธุรกิจ และการเจริญเติบโตและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ และสอดคล้องกับ แจ่มจิต ศรีวงษ์ (2558 : 47) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาวัสดุด้วยการจัดแบ่งกลุ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลด ต้นทุน กรณีศึกษา บริษัท ผู้ผลิตแก้ว จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ผู้วิจัยได้ทำการใช้เครื่องมือการจัดการและกลยุทธ์ทางการจัดซื้อในการแก้ไขปัญหา ดังนี้ การใช้ทฤษฎี ABC Analysis ในการจัดซื้อจัดหาวัสดุของแต่ละกลุ่ม ทำให้สามารถบริหารงานด้านจัดซื้อจัดหาสินค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ว่าสินค้าแต่ละกลุ่มควรบริหารอย่างไร และมีการกำหนดวิธีการและขั้นตอนในกระบวนการจัดซื้อจัดหาในรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถวัดประสิทธิภาพ งานด้านจัดซื้อจัดหาด้วยการลดระยะเวลาในการเปิดใบสั่งของได้ถึง 83.29 ชั่วโมง และทำให้ต้นทุน การสั่งซื้อลดลงถึง 1,580,792.92 บาท

4.6 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากกิจการร้านขายวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นกิจการของครอบครัวและมีขนาดเล็ก ไม่ค่อยนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานมากนักจึงไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จเท่าที่ควร นอกจากนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านจะเป็นชาวบ้านทั่วไป ซึ่งเป็นผู้มีอายุมาก มักจะเดินทางมาดูสินค้าและเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับธัญมัย เจียรกุล (2557 : 187-188) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหา และแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เป็นชุมชนที่ไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจหรือการปฏิบัติงาน ทำให้ยังไม่สามารถนำเทคโนโลยี ไปใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานมากนัก และสินค้า OTOP นอกจากนั้นการลงทุนในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจ OTOP มีต้นทุนที่สูงจึงทำให้ธุรกิจขนาดเล็กที่มีต้นทุนการดำเนินงานน้อยยังไม่เห็นความสำคัญมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

- 1.1 ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กิจการควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยยึดผลสำเร็จของงานอย่างเป็นธรรมและชัดเจน และมีการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการพนักงานก่อนที่จะรับเข้าทำงาน
- 1.2 ด้านการจัดหาจัดซื้อ กิจการควรมีการวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ขายวัตถุดิบ เพื่อพิจารณาความคุ้มค่าในการจัดซื้ออยู่เสมอ
- 1.3 ด้านการเก็บรักษา กิจการควรเพิ่มเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายสินค้า เพื่อลดความเสียหายและสูญเสียต่อสินค้า
- 1.4 การตลาดและการขาย กิจการควรมีการพัฒนาความก้าวหน้าในการมีแอปพลิเคชันในการเลือกและสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงหลากหลายช่องทางมีการจัดกิจกรรมการขายร่วมกับผู้จัดจำหน่ายและลูกค้ามีการกำหนดราคาและเงื่อนไขด้านการเงิน เช่น การผ่อนชำระ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า
- 1.5 ด้านการบริการหลังการขาย กิจการควรมีการทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การโทรสอบถามข้อมูล การอวยพรวันเกิด การขึ้นบ้านใหม่ มีบริการติดตั้ง หรือแนะนำการใช้สินค้าให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

- 2.1 ควรทำการวิจัยการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอื่น ๆ เช่น ธุรกิจขายสินค้าการเกษตร หรือธุรกิจการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งจะมีขนาดธุรกิจใกล้เคียงกับร้านขายวัสดุก่อสร้าง
- 2.2 ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการในการบริหารจัดการให้เกิดความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ ทักษุณา. (2558). ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 3(2), 108-119.
- กฤติดา พองจันทร์. (2558). รูปแบบและกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *วิเคราะห์ธุรกิจกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลางภาพลึกลับซ่อนแก่นมหาสารคาม และร้อยเอ็ด*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก <https://dbd.go.th> > ewt_dl_link
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *ข้อมูลจดทะเบียนนิติบุคคล*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/area/overview>.
- ขจรศักดิ์ ไชยวงศ์. (2560). *แนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้ามอลล์ปลีกสินค้า*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขวัญฤทัย เทพพิทักษ์. (2558). *การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้แปรรูปของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- แจ่มจิต ศรีวงษ์. (2558). *การจัดซื้อจัดหาวัสดุด้วยการจัดแบ่งกลุ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน กรณีศึกษา บริษัท ผู้ผลิตแก้ว จำกัด*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ฉวีวงศ์ บวรเกียรติขจร. (2560). การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแฟชั่นในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทยสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 2066-2069.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ฉันทย์ เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOPI เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*, 34(1), 187-188.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *วิธีการทางสถิติสำหรับกรวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.
- พรนภา โคตะโน, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2557). ความสัมพันธ์ทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*, 8(2), 168-178.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วิจัยกรุงศรี. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม พ.ศ.2562-2564 ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562, จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/dfd2db4c-fd30-4be1-9840-6591d908cda2/IO_Construction_Materials_190531_TH_EX.aspx
- ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2559). การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลตำบลเกาะแก้ว และตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 3(3), 41-54.
- ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกฤตา ปรีชาว่อง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2559). แผนปรับปรุงธุรกิจค้าส่งวัสดุก่อสร้าง กรณีศึกษาร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้าง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 7(2), 133-149.
- สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกวิศวกรรมธุรกิจ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สมคิด บางโม. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: พิทยพัฒน์.
- สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์, ทตมัล แสงสว่าง, วรวิช โกวิทยากร และพงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ. (2560). ประสิทธิผลในการพัฒนาการจัดการธุรกิจขงวิชาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7(2), 116-127.
- อรอุมา ชุมประสงค์ และการุณ พงศ์ศาสตร์. (2562). การจัดการเชิงรุกที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 12(3), 205-215.
- Zehira, C., Gurolb, Y., Karabogac, T. and Koled, M. (2016). *Strategic Human Resource Management and Firm Performance: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation*. 12th International Strategic Management Conference, ISMC 2016, 28-30 October 2016, Antalya, Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 235 (2016), 372-381.
- Nunnally, B. and Bernstein, S. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3(1), 248-292.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1992). The Balanced Scorecard-Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 1992(January-February), 71-79.

Kumar, R.A., Singh, R.K. and Shankar, R.C. (2015). Critical success factors for implementation of supply chain management in Indian small and medium enterprises and their impact on performance. *IIMB Management Review*, 2015(27), 92-104.