

แบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อผล การพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของ  
ผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME)  
ในเขตจังหวัดเพชรบุรี

เอกโอฬาร โชติอนุสรณ์<sup>1</sup>  
Eakolarn Chotianusorn

Received: March 31, 2025. Revised: June 28, 2025. Accepted: August 30,  
2025

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์(1) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี (2) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี และ (3) เพื่อศึกษาแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดเพชรบุรี ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรม การผลิต การบริการ และการเกษตร ซึ่งมีความสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและยืนยันความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยพิจารณาจาก (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (2) ความต้องการของตลาด (3) ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME (4) ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง (5)

<sup>1</sup> วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา E-mail: eakolarn.ch@ssru.ac.th

นโยบายรัฐบาล ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) แสดงถึง ความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัย ทั้ง 5 ปัจจัย สามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และแสดงถึง โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพใน การสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผลิตภัณฑ์ 3) ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากปัจจัยหลักที่มีบทบาท สำคัญ ได้แก่ ความต้องการของตลาด ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ และ นโยบายรัฐบาล โดยพบว่า ความต้องการของตลาดมีอิทธิพลโดยตรงสูงสุดในการ ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยให้ ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเพชรบุรีสามารถแข่งขันได้ในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** ศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่ม, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

## Abstract

The objectives of this research are (1) To study the level of value-added product development potential of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Phetchaburi Province. (2) To study the analysis of the confirmatory components of the development of value-added potential in products of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Phetchaburi Province, and (3) To study the causal structure relationship path model of factors influencing the development results of value-added potential in products of SME entrepreneurs in Phetchaburi Province. (1) to study the level of value-added potential development in products of SME entrepreneurs in Phetchaburi Province; (2) to study the confirmatory factor analysis of the development of value-added potential in products of SME entrepreneurs in Phetchaburi Province; and (3) to study the causal structure path model of the factors influencing the outcome of the development of value-added potential in products of SME entrepreneurs in Phetchaburi Province. The target population of this research is SME entrepreneurs in Phetchaburi Province, covering the manufacturing, service, and agricultural industries, which are important in strengthening the local economy. The research instrument was a questionnaire.

Descriptive statistics, including percentages, mean, and standard deviation, were used for data analysis, along with structural equation modeling (SEM) to examine the causal relationship paths and confirm the consistency of the developed model with the empirical data.

The findings revealed that 1) the level of value-added development potential in products of SMEs in Phetchaburi Province, assessed across factors of (1) new product development, (2) market demand, (3) skills and knowledge of SME operators, (4) readiness for change, and (5) government policy, was at a high level; 2) CFA results showed alignment between the developed model and empirical data, with all five factors significantly explaining the latent variables, thus accurately reflecting the causal structure of factors influencing value-added potential in products; and 3) path analysis results indicated that new product development was directly and indirectly influenced by key factors, primarily market demand, skills and knowledge of operators, and government policy. Among these, market demand exerted the greatest direct influence on fostering innovative and higher-value product development, enabling SMEs in Phetchaburi Province to effectively compete in the market.

**Keywords:** Value-Added Potential, Product Development, Small and Medium-Sized Enterprises

## บทนำ

จังหวัดเพชรบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) บริบททางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารจัดการทรัพยากร และการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรีมักจะมีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ SME สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2566) พบว่ามีการจดทะเบียนธุรกิจใหม่ในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจและ

ความต้องการของตลาดในพื้นที่ การบริหารจัดการทรัพยากรเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ SME ในจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดนี้มีความสำคัญต่อภาคเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ เช่น การเกษตรและแหล่งน้ำ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพ (ธนพล ก่อฐานะ และ ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, 2565)

สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดเพชรบุรี เป็นภาพสะท้อนของการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของจังหวัด ข้อมูลทางเศรษฐกิจและประชากรแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ SME โดยมีการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ตามรายงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (2566) การพัฒนาด้านเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทยได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาของธุรกิจ SME ในจังหวัดเพชรบุรี การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การปรับใช้เทคโนโลยีดังกล่าวยังช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการแข่งขันในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดเพชรบุรีต้องเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งปัญหาที่พบเจอ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านการเงิน ความรู้ด้านการตลาด และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด หนึ่งในปัญหาหลักที่ผู้ประกอบการ SME เผชิญคือข้อจำกัดด้านการเงิน การเข้าถึงแหล่งทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขยายธุรกิจและการปรับปรุงกระบวนการผลิต อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเพชรบุรีมักประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งทุนจากสถาบันการเงิน ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดในการประเมินความเสี่ยงและการขาดหลักประกันในการขอสินเชื่อ ส่งผลให้การขยายธุรกิจและการลงทุนในนวัตกรรมเป็นไปได้ยากลำบาก (สมชาย เลิศภิรมย์สุข และธนภูมิ อดิเวทิน, 2564) นอกจากนี้ ความรู้ด้านการตลาดเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ผู้ประกอบการ SME ต้องเผชิญ ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบุรีมักจะขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการวางแผนและดำเนินการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การขาดความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงของตลาดทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสม

การศึกษาวิจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีประโยชน์ทั้งในแง่ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ การวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาด ในแง่ทฤษฎี การวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างความรู้และทฤษฎีเกี่ยวกับ การบริหารจัดการธุรกิจ SME โดยการวิเคราะห์และศึกษาแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ ข้อมูลและผลลัพธ์จากการวิจัยจะเป็นฐานความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาทฤษฎีด้านการบริหารจัดการธุรกิจ SME และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่หลากหลายทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2566)

การวิจัยนี้ได้กล่าวถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) โดยมีการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจ SME ในจังหวัดเพชรบุรี รวมถึงข้อมูลทางเศรษฐกิจ ประชากร ผู้ประกอบการ และสถิติที่เกี่ยวข้อง พบว่า ธุรกิจ SME มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการ เช่น ข้อจำกัดด้านการเงิน ความรู้ด้านการตลาด และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด การศึกษาวิจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเพชรบุรี โดยจะช่วยเสริมสร้างความรู้และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ SME และสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลจากการวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับแนวทางและวิธีการที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจของตน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด (ปิยะวรรณ คุ่มญาติ และ ณิชพล พันธุ์ภักดี, 2566) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างนวัตกรรมในการผลิตและการให้บริการ (Anujaree, Thitima, & Chakrit, 2023)

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี

3. เพื่อศึกษาแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี

## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1) ประชากรเป้าหมาย ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดเพชรบุรี

1.2) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ใช้หลักการคำนวณตามแนวทางของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling - SEM) โดยคำนึงถึงจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed Variables) ในโมเดล SEM ตามหลักการนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนเป็น 5 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ (Hair et al., 2010) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำและสามารถอ้างอิงได้ในการวิจัยนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 15 ตัว ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยนี้คือประมาณ 150 คน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายและมีความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ทางสถิติ

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับในอุตสาหกรรม SME จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของบุคลากรในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีจำนวนด้าน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม 2) การทดสอบและการพัฒนาต้นแบบ และ 3) การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด โดยแต่ละด้านมีจำนวนประเด็นอยู่ 5 ข้อ รวมทั้ง 3 ด้านมีจำนวนประเด็นความคิดเห็น 15 ข้อ โดยกำหนดความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของการตอบสนองของตลาด มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีจำนวนด้าน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของลูกค้า 2) อัตราการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ และ 3) การรับรู้ตราสินค้า โดยแต่ละด้านมีจำนวนประเด็นอยู่ 5 ข้อ รวมทั้ง 3 ด้านมีจำนวนประเด็นความคิดเห็น 15 ข้อ โดยกำหนดความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีจำนวนด้าน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การอบรมและการศึกษา 2) ประสบการณ์ในการทำงาน และ 3) การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ โดยแต่ละด้านมีจำนวนประเด็นอยู่ 5 ข้อ รวมทั้ง 3 ด้านมีจำนวนประเด็นความคิดเห็น 15 ข้อ โดยกำหนดความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีจำนวนด้าน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ทักษะต่อการเปลี่ยนแปลง 2) การเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ และ 3) การปรับตัวและการเรียนรู้ โดยแต่ละด้านมีจำนวนประเด็นอยู่ 5 ข้อ รวมทั้ง 3 ด้านมีจำนวนประเด็นความคิดเห็น 15 ข้อ โดยกำหนดความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของนโยบายรัฐบาล มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีจำนวนด้าน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1)

การสนับสนุนทางการเงิน 2) การฝึกอบรมและการศึกษา และ 3) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี โดยแต่ละด้านมีจำนวนประเด็นอยู่ 5 ข้อ รวมทั้ง 3 ด้านมีจำนวนประเด็นความคิดเห็น 15 ข้อ โดยกำหนดความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะของแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

2.2) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (Mckeen & Smith, 2003, p. 51) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (Index of Item Object Congruence--IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ถ้าได้ IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และถ้าได้ค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การวิจัย (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2555) โดยผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประกอบไปด้วย (1) อาจารย์หรือนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสาขาจัดการ จำนวน 1 คน (2) ผู้บริหารหรืออาจารย์ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 1 คน (3) ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการสร้างรูปแบบ จำนวน 1 คน

2.3) การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-Out) กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มบุคคลที่ใช้ในการทดลองแบบสอบถามครั้งนี้ เป็นวิสาหกิจชุมชนไม่ใช่อำเภอเพชรบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์หาความตรงของเนื้อหา (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (Cronbach, 2001, p. 164) ต้องอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ

(Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับมากกว่า 0.80

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1) การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ตอบตามที่สุ่มเลือก ในกรณีที่ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์จะส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อความสะดวก

3.2) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืน ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามแต่ละชุด หากพบข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์หรือไม่ชัดเจน อาจต้องติดต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติม

3.2) การจัดเก็บและจัดการข้อมูล ผู้วิจัยจะรวบรวมและบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงในระบบจัดการข้อมูลที่ได้เตรียมไว้ เช่น โปรแกรมสเปรดชีตหรือโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้แบ่งขั้นตอนกระบวนการศึกษาและการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1. ผลการศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการของตลาด (Mean = 3.81, SD = 0.186) ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญของผู้ประกอบการ SME ในการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงและแนวโน้มในตลาด การทำความเข้าใจตลาดและ การตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยเสริมสร้างการยอมรับและความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรม สำหรับนโยบายรัฐบาลซึ่งมีค่าเฉลี่ยรองลงมา (Mean = 3.51, SD = 0.531) บ่งบอกถึงบทบาทสำคัญของภาครัฐในการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน การฝึกอบรม และนวัตกรรม ที่ช่วยให้ SME สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง นอกจากนี้ ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง (Mean

= 3.48, SD = 0.530) แสดงถึงความยืดหยุ่นและความตั้งใจของผู้ประกอบการในการเปิดรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งมีความสำคัญในการดำเนินงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของตลาด ขณะที่ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ (Mean = 3.47, SD = 0.527) ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาศักยภาพส่วนบุคคลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สุดท้าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Mean = 3.41, SD = 0.538) แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แต่ก็มีความสำคัญในการช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และโดดเด่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้งหมดนี้ล้วนมีบทบาทในการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ SME ให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างครอบคลุมและยั่งยืน

2. ผลการศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี

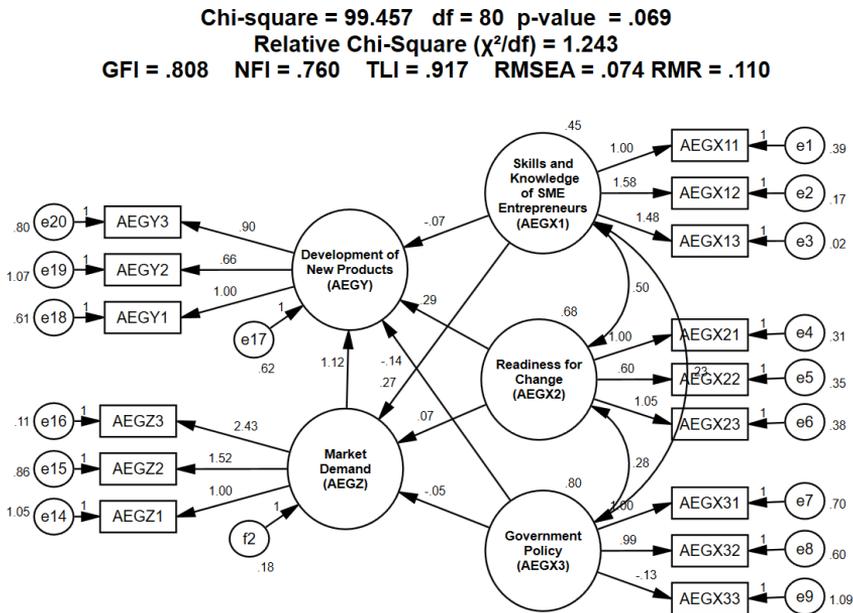
จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME ในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่ามีตัวแปรแฝงหลัก 5 ตัว ประกอบด้วย (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (2) ความต้องการของตลาด (3) ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME (4) ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง และ (5) นโยบายรัฐบาล โดย ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรีพบว่า โมเดลที่ประกอบด้วยตัวแปรแฝงหลัก 5 ตัว ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความต้องการของตลาด ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง และนโยบายรัฐบาล มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่น่าพึงพอใจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม การทดสอบและพัฒนาต้นแบบ และการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด ผลการวิเคราะห์แสดงค่า Estimate, S.E., และ C.R. ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง Chi-square = 4.486, df = 2, p-value = 0.106, GFI = 0.939 และ RMSEA = 0.168 ค่าดังกล่าวแสดงถึงความสอดคล้องของโมเดลในระดับที่ยอมรับได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม การทดสอบและพัฒนาต้นแบบ และการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล เช่น ค่า

Chi-square และค่า GFI บ่งชี้ว่าโครงสร้างโมเดลนี้สามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้อย่างดี ขณะที่ความต้องการของตลาด ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ เช่น ความต้องการในตลาด ความนิยมของผลิตภัณฑ์ใหม่ และการคาดการณ์ความต้องการในอนาคต ผลการวิเคราะห์ยืนยันความสำคัญของตัวแปรนี้ โดยมีค่า Estimate สูงและค่า C.R. มีนัยสำคัญ ( $p < .001$ ) ค่า Chi-square = 3.519,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.172$ ,  $GFI = 0.951$  และ  $RMSEA = 0.131$  แสดงถึงความสอดคล้องของโมเดลการวัดที่พึงพอใจ ตัวแปรความต้องการของตลาดมีตัวแปรสังเกตได้ คือ ความต้องการในตลาด ความนิยมของผลิตภัณฑ์ใหม่ และการคาดการณ์ความต้องการในอนาคต ซึ่งมีค่าสถิติที่แสดงถึงความสอดคล้องและความสำคัญของโมเดลอย่างชัดเจนในการอธิบายพฤติกรรมของตลาด

ในส่วนของ ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME ประกอบด้วยการอบรมและการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ โดยมีค่า Chi-square = 4.081,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.13$ ,  $GFI = 0.944$  และ  $RMSEA = 0.154$  ค่าต่าง ๆ ชี้ให้เห็นว่าตัวแปรเหล่านี้สามารถสะท้อนทักษะที่สำคัญของผู้ประกอบการ SME ในการเพิ่มมูลค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME ซึ่งประกอบด้วย การอบรมและการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ พบว่าตัวแปรเหล่านี้มีค่า CFI และค่า TLI ที่สะท้อนถึงการรองรับความสอดคล้องของโมเดลได้ดี นอกจากนี้ ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วยทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง การเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ และการปรับตัวและการเรียนรู้ ผลการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันนี้ระบุว่า ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 0.444,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.801$ ,  $GFI = 0.993$  และ  $RMSEA = 0.000$  ค่าดังกล่าวแสดงถึงความสอดคล้องที่สูงและแสดงว่าตัวแปรนี้มีความสำคัญในกระบวนการพัฒนาของ SME อย่างมาก ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงที่ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ เช่น ทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง การเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ และการปรับตัวและการเรียนรู้ พบว่า มีค่าสถิติที่สูงซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในขณะที่ นโยบายรัฐบาล ครอบคลุม การสนับสนุนทางการเงิน การฝึกอบรมและการศึกษา และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ได้ เช่น Chi-square = 4.429,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.109$ ,  $GFI = 0.940$  และ  $RMSEA = 0.166$  ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนผู้ประกอบการ

SME ในการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพการผลิต ตัวแปรนโยบายรัฐบาลที่ประกอบด้วย การสนับสนุนทางการเงิน การฝึกอบรมและการศึกษา และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่สูง ทั้งค่า NFI และค่า RMSEA อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

3. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนา ศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 1 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ในด้านความสัมพันธ์ทางตรง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (AEGY) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสำคัญสามประการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยความต้องการของตลาด (AEGZ) มีอิทธิพลมากที่สุดด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 1.12 รองลงมาคือทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ (AEGX1) และนโยบายรัฐบาล (AEGX3) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.29 และ 0.27 ตามลำดับ โดยตัวแปร

ทั้งสามสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ร้อยละ 62

ในส่วนของความสัมพันธ์ทางอ้อม พบว่าการคาดการณ์ความต้องการในอนาคต (AEGZ Future) ได้รับอิทธิพลผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากสองปัจจัย คือ ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ (AEGX1) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.32 และนโยบายรัฐบาล (AEGX3) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.30 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 56

ผลการวิเคราะห์ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเพชรบุรีนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม โดยให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของตลาดเป็นหลัก ขณะเดียวกันต้องพัฒนาทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการควบคู่ไปกับการได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ ซึ่งนอกจากจะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว ยังส่งผลทางอ้อมต่อความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการในอนาคตอีกด้วย การพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นระบบและสมดุลจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาครั้งนี้เน้นการวิเคราะห์ระดับการพัฒนาศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความต้องการของตลาด ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง และนโยบายรัฐบาล โดยผลการวิเคราะห์ระบุว่า ความต้องการของตลาดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยอื่นๆ สะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาด ซึ่งไม่เพียงแต่การสร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึง การตอบสนองที่สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดในระยะยาวด้วย การปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม SME ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ การตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจะช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ และรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็น

เห็นถึงความสอดคล้องในเชิงวิชาการระหว่างผลการวิจัยนี้กับหลักฐานที่สนับสนุนจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมและการยอมรับเทคโนโลยีในภาคการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adnan et al. (2022) ที่เน้นว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี เช่น การฝึกอบรมและการสนับสนุนจากรัฐ มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการยอมรับเทคโนโลยีในภาคเกษตรกรรมของปากีสถาน ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเชื่อมโยงกับบริบทการศึกษาในประเทศไทยเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในภาคเกษตร นอกจากนี้ งานวิจัยของ Fielke et al. (2021) จากต่างประเทศยังระบุว่า การสร้างพื้นที่ที่เอื้อต่อการนวัตกรรมและความร่วมมือในระบบการเกษตรมีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการนำเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีในภาคเกษตร

2. ผลการศึกษาคำวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ช่วยให้ทราบถึงระดับความเชื่อมั่นของโมเดลที่สามารถอธิบายตัวแปรสังเกตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์นี้สนับสนุนให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ SME ในด้านต่าง ๆ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยที่สนับสนุนถึงความสำคัญของปัจจัยทางการยอมรับและการพัฒนานวัตกรรมในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมการแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางนโยบายจากภาครัฐและการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพการผลิต นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adnan., et al. (2022) ที่ระบุว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรในปากีสถานอยู่ที่ความพร้อมทางการเงินและการสนับสนุนจากรัฐ ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในเกษตรกรรม เช่นเดียวกับงานของ Gu., et al. (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะในประเทศจีนได้รับอิทธิพลอย่างมากจากความรู้และทักษะของผู้ประกอบการเกษตร รวมถึงการสนับสนุนด้านนโยบายและการให้ความรู้ผ่านการฝึกอบรมในพื้นที่ ทั้งนี้ ความสอดคล้องของผลการศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากรัฐและการยกระดับทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น

ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและนำนวัตกรรมมาใช้ในภาคการเกษตรและอุตสาหกรรม การแปรรูปเพื่อความยั่งยืนและการเพิ่มมูลค่าในระยะยาว

3. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแบบจำลอง เส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนา ศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (AEGY) ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากหลายปัจจัยหลัก โดยปัจจัยทางตรงที่มี บทบาทสำคัญได้แก่ ความต้องการของตลาด (AEGZ) ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ (AEGX1) และนโยบายรัฐบาล (AEGX3) ซึ่งช่วยเสริมสร้างให้เกิดการ สร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าความต้องการของตลาดมีอิทธิพลโดยตรงสูงสุดต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ของผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ( $\beta$ ) = 1.12 ซึ่ง แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีความสำคัญในระดับสูง เมื่อความต้องการของตลาด เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ นั้น อันเป็นการตอบสนองที่ส่งเสริมการเติบโตในเชิงเศรษฐกิจได้อย่างมั่นคงนอกจาก ความต้องการของตลาดแล้ว ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ SME ก็เป็นปัจจัย สำคัญที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) = 0.29 ซึ่งบ่งบอกว่าผู้ประกอบการที่มีทักษะและความรู้เพียงพอจะสามารถนำความรู้ที่มีอยู่มา ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้นโยบายรัฐบาลยังมี บทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เช่นกัน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ( $\beta$ ) = 0.27 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านโยบายที่สนับสนุนการฝึกอบรมและการนำเทคโนโลยีเข้ามา ปรับใช้สามารถเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้อย่างมี นัยสำคัญ สำหรับค่าความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น ค่าดัชนีความ สอดคล้องเช่น Chi-square = 99.457 (df = 80, p = .069) Relative Chi-Square = 1.243 ค่า GFI = .808 NFI = .760 และ TLI = .917 รวมถึงค่า RMSEA = .074 และ RMR = .110 ทั้งหมดนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งบ่งชี้ว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความ สอดคล้องกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้อย่างมีนัยสำคัญ การที่ค่าต่าง ๆ อยู่ในช่วงที่ ยอมรับได้สนับสนุนการใช้โมเดลนี้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผล ต่อการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบุรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Carayannis., et

al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของนโยบายรัฐบาลในการพัฒนานวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรมเกษตร ผลการวิจัยของเราพบว่า ปัจจัยนโยบายรัฐบาล (AEGX3) มีอิทธิพลโดยตรงต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มธุรกิจ SME ในจังหวัดเพชรบุรี การสนับสนุนจากรัฐบาลที่มีคุณภาพนี้ช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## สรุป

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME ในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความต้องการของตลาด นโยบายรัฐบาล ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

2. ผลการศึกษาระดับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรแฝงที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความต้องการของตลาด ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง และนโยบายรัฐบาล มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความต้องการของตลาด ( $\beta=1.12$ ) ทักษะและความรู้ของผู้ประกอบการ ( $\beta=0.29$ ) และนโยบายรัฐบาล ( $\beta=0.27$ ) ตามลำดับ โดยโมเดลมีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Chi-square = 99.457, df = 80, p = .069, GFI = .808, NFI = .760, TLI = .917, RMSEA = .074)

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลศึกษาเรื่อง “แบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ใน 2 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการ SME โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยี

2) ภาครัฐสามารถใช้ผลการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบายที่เน้นการสนับสนุนทางการเงินและการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SME ในระดับท้องถิ่นและประเทศ

3) ผู้ประกอบการ SME สามารถนำข้อมูลนี้ไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและเทรนด์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเจาะตลาดและสร้างฐานลูกค้าได้อย่างมั่นคง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรขยายการวิจัยไปยัง SME ในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อให้เห็นภาพรวมที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น

2) แนะนำให้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SME ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงผลกระทบของการสนับสนุนจากภาครัฐในระยะยาว เพื่อประเมินความยั่งยืนและผลสัมฤทธิ์ของการช่วยเหลือที่มีต่อการพัฒนาศักยภาพของ SME

### เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). รายงานสถิติการจดทะเบียนธุรกิจทั่วประเทศ

ประจำปี 2566 สืบค้นจาก

[https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2566/T26/T26\\_202301.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2566/T26/T26_202301.pdf)

ธนพล ก่อฐานะ และศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ปีที่ 5(2), 17-33.

- ปิยะวรรณ คุ่มญาติ และณัฐพล พันธุ์ภักดี. (2566). การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. **วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, ปีที่ 17(1), 1-14.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2555). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย เลิศภิรมย์สุข, & ธนภูมิ อติเวทิน. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**, ปีที่15(1), 131-141.
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2566). **นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2566-2570**. สืบค้นจาก <https://www.nrct.go.th/ebook/policy-strategy-2566-2570/>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). **รายงานดัชนีวัดระดับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี 2566**. สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/thailand-digital-economy-index-2023>
- Adnan, N., et al. (2022). Factors influencing adoption of precision agricultural technologies in Pakistan: An analysis using the Technology Acceptance Model. **Precision Agriculture**, 23, 322-348.
- Anujaree, P., et al. (2023). The impact of digital transformation on the performance of SMEs: Evidence from Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(2), 78–88.
- Carayannis, E. G., et al. (2021). Innovation and entrepreneurship in the agri-food sector: Policy insights from the European Union. **The Journal of Technology Transfer**, 46(5), 1431–1454.
- Cronbach, L. J. (2001). **Essentials of Psychological Testing (5<sup>th</sup> ed)**. New York: Harper Collins.
- Fielke, S., Botha, et al. (2021). Evaluating a space for co-innovation: A case study of the co-innovation space in an agricultural innovation system. **Research Policy**, 50(5), 1–13.
- Gu, et al. (2022). Factors Influencing Farmers' Adoption of Smart Agriculture Technologies in China. **Computers and Electronics in Agriculture**, 194, 106806.

Hair, J. F., et al. (2010). **Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed.)**. Prentice Hall.

McKeen, et al. (2003). **Making IT Happen: Critical Issues in IT Management**. Ontario: Wiley.