

กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า
เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

Strategies that affect success in operating a clothing business
at a shopping center The Platinum Fashion Mall Bangkok

จันทกานต์ ชฎาชัยวิวัฒน์¹ และพนธ์ พุทธานุกรณ์²

Jantakan Chadachaiwivat¹ and Pon Putthanukorn²

Received: November,26 2023 Revised: December,11 2023. Accepted:

February 26 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะ

¹ นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
Bovybless@gmail.com

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
pontpo@gmail.com

แพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 343 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทดสอบ ที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก และ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจ อยู่ในระดับมาก สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเพศ และ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และ กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของ ผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจเสื้อผ้า

Abstract

The purpose of this research was to study 1) Business strategies and business success of entrepreneurs' clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok. 2) To analyze the business success of entrepreneur's clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok classified by personal factors, and 3) The business strategic factors affect the business success of entrepreneur's clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok classified by personal factors. The instrument collect data was questionnaires. The sample was 343 entrepreneurs at The Platinum Fashion Mall, Bangkok. The statistical used analyzed the data were independent sample t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that most respondents had opinion about business strategies at a high level and the business success was at a high level. The hypothesis testing found that gender and education factors did different significant the business success at the 0.05 level of statistical. And the business strategies factors; Leadership strategies, the different strategies, Marketing strategies and focused differentiation did different the business success with significant statistical at 0.05 level. And found that the business strategic factors; leadership strategy, differentiation strategy, marketing strategy, and customer focused strategy, had a statistically significant impact on the success of clothing businesses of entrepreneurs at The Platinum Fashion Mall, Bangkok, at the 0.05 level.

Keywords: Business strategies, business success, clothing business

บทนำ

เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ เป็นเพียงหนึ่งในธุรกิจของบริษัท เดอะแพลทินัม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีรายได้มาจาก 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ (1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า (2) ธุรกิจโรงแรมโนโวเทล กรุงเทพ แพลทินัม ประตูน้ำ และ (3) ธุรกิจจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า แต่ชื่อเสียงของแพลทินัมจะรู้จักกันในฐานะของศูนย์การค้าแฟชั่นค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นขนาดใหญ่ อยู่ใจกลางเมืองย่านประตูน้ำ ถือเป็นย่านธุรกิจใจกลางเมืองที่หนึ่งที่มีร้านค้าส่งมากมายผู้ประกอบการมีการนำเสื้อผ้ามาจำหน่ายทั้งราคาปลีกและราคาส่งเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและดึงดูดผู้บริโภคให้มาซื้อเสื้อผ้า โดยที่ผ่านมาศูนย์แฟชั่นค้าส่งเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์ ก่อนการระบาดของโควิด 19 มีรายได้รวมอยู่ที่ 2,117 ล้านบาท คิดเป็นกำไร 785 ล้านบาท (ธนากาญจน์ ดวงใจ, 2559)

ร้านค้าส่งภายในศูนย์การค้าแพลทินัมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด และผลกระทบจากการปิดตัวลงชั่วคราวของศูนย์การค้า ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการเอาตัวรอดต่อการดำเนินกิจการผ่านการใช้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาช่วยในการขายสินค้า เพื่อให้มีกระแสเงินสดเข้ามาไหลเข้าอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อทางศูนย์การค้าหยุดการให้บริการอีกครั้ง จำนวนกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าที่เข้ามาเดินภายในเดอะ แพลทินัม ยังคงไม่สามารถช่วยให้ร้านค้าส่งภายในศูนย์การค้าฯ สามารถกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้ง (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) โดยเมื่อสำรวจพบว่า ในการปรับตัวของผู้ประกอบการไปสู่การค้าออนไลน์ทำได้ยาก เพราะปัจจุบัน ผู้ประกอบการมียอดขายสินค้าเช่าที่ที่สูง มีความจำเป็นต้องมีหน้าร้านเพื่อขายให้กับชาวต่างชาติและคนไทยที่มุ่งหน้าตรงเข้ามาเลือกซื้อสินค้า เพราะการเลือกซื้อเสื้อผ้าจำเป็นต้องเข้ามาสัมผัสเนื้อผ้า ดูแบบ และลองสวมใส่ ส่วนการขายออนไลน์เป็นช่องทางเสริมแต่ยังคงใช้หน้าร้านในการแพคและส่งสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการก็ต้องดิ้นรนไปขายสินค้าอื่นเพิ่มเติมเพื่อประคองให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอด ถึงแม้รายได้จะยังไม่สามารถกลับมาได้เท่าเดิม (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2564)

นอกเหนือจากรายได้ที่หายไปจากโรคระบาดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นที่ท้าทายของกลุ่มผู้ประกอบการภายในห้างเดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ คือ การขายเสื้อผ้าออนไลน์ของกลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่ไม่ต้องใช้หน้าร้าน ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ร้านค้า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมกระทบต่อผู้เล่นรายเดิมในภาคการค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้บางธุรกิจอาจต้องออกจากตลาดไป ขณะที่บางธุรกิจต้องเร่งปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งวิธีการปรับตัวอาจแตกต่างกันไปตามลักษณะหรือความเหมาะสมของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการชูจุดเด่นผ่านการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เนื้อผ้า เสื้อผ้า รูปแบบที่ทางออนไลน์ไม่มี หรือสู้ไม่ได้เรื่องราคาในการต่อรองกรณีเข้ามาซื้อสินค้าจำนวนชิ้นที่เยอะ สถานที่การจัดจำหน่ายที่ตั้งอยู่ ณ ใจกลางเมือง สะดวกสบายต่อการเข้าถึง และการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการ รวมถึงเรื่องของโปรโมชั่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการลดราคาเสื้อผ้า การได้ทดลองสินค้าก่อนการซื้อ หรือการแถมสินค้าในกรณีซื้อจำนวน

ละมาก ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการทำตลาดในปัจจุบัน (กัน
ดิทัต หอทอง, 2563)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านแบบดั้งเดิมจะสร้าง
ประสบการณ์การได้รับรู้คุณภาพของสินค้า ได้สัมผัสสินค้า ได้ทดลองสินค้า ตลอดจน
การได้รับบริการด้านคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งช่องทางออนไลน์ยังไม่สามารถ
ทดแทนได้ แต่ในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็ว การซื้อสินค้าผ่าน
ช่องทางออนไลน์ก็ย่อมมีความได้เปรียบมากกว่า หรืออาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันอำนาจ
การต่อรองถูกย้ายมาอยู่ทางฝั่งผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการเลือกซื้อสินค้าและบริการ
โดยคำนึงถึงระดับราคา ความสะดวกและความพึงพอใจเป็นสำคัญ ส่งผลให้การแข่งขัน
เพื่อแย่งกลุ่มลูกค้าในภาคการค้าเข้มข้นขึ้น และนำมาสู่ความผูกพันต่อยี่ห้อสินค้าที่
ลดลง ทั้งนี้หากพิจารณาข้อมูลการเติบโตของยอดขายระหว่างผู้ประกอบการในตลาด
ออฟไลน์เทียบกับออนไลน์ พบว่า ผลประกอบการของผู้ขายออนไลน์ขยายตัวในอัตรา
ที่สูงกว่าเกือบ 3 เท่าตัว ซึ่งสะท้อนว่าการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์
เป็นช่องทางการขายที่มีประสิทธิภาพสูง (อรดา รัตานนท์ และคณะ, 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึง
ความสำคัญ และมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ
ประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร”
เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้มาพัฒนากลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ โดยผลจากการศึกษา จะ
เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเสื้อผ้าในศูนย์การค้าแพลทินัมมอลล์ เขต
กรุงเทพมหานคร และสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการ
บริการและใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้ส่งผลสำเร็จในการประกอบ
ธุรกิจเสื้อผ้าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาเพื่อ
สามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจ ในอนาคตต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

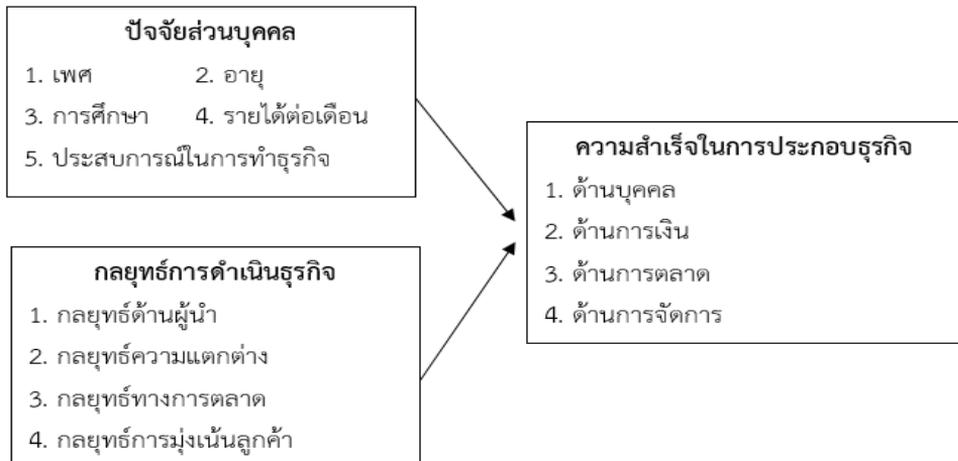
1. ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 2,365 ร้านค้า (ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 343 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

โดยใช้แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) แนวคิดการจัดการตลาดและกลยุทธ์การตลาด รวมถึงเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ใช้พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แพนชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยนี้เริ่มทำการศึกษาในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้นจากการวิจัย ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยที่ข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยและแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้าเดอะแพลทินัม แพนชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยวิธีการวัดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของค่าดัชนีความสอดคล้องควรเท่ากับหรือมากกว่า 0.67 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 หลังจากนั้นมาทดสอบความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถาม (Reliability) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient; α) โดยผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 แสดงว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดให้แก่ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถามจำนวน 343 ชุด
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้ง 343 ชุด จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมากำกับการลงรหัสแบบสอบถามในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยและนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติ ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (inference statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.7 อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 68.2 และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.1 โดยผลที่ได้จากการศึกษามีดังนี้

1. การวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาดังนี้

1.1 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		แปล ความ	อัน
	\bar{X}	S.D.		
1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ	3.59	0.614	มาก	3
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง	3.53	0.651	มาก	4
3. กลยุทธ์ทางการตลาด	3.61	0.643	มาก	2
4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า	3.69	0.688	มาก	1
รวม	3.60	0.546	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.546) เมื่อจำแนกเป็นรายกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{X} = 3.69, S.D. = 0.688) รองลงมาคือ กลยุทธ์ทางการตลาด (\bar{X} = 3.61, S.D. = 0.643) ต่อมาคือกลยุทธ์ด้านผู้นำ (\bar{X} = 3.59, S.D. = 0.614) และ กลยุทธ์ความแตกต่าง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด (\bar{X} = 3.53, S.D. = 0.651) ตามลำดับ

1.2 ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		แปล ความ	อัน
	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านบุคคล	3.77	0.683	มาก	1
2. ด้านการเงิน	3.73	0.682	มาก	3
3. ด้านการตลาด	3.69	0.712	มาก	4
4. ด้านการจัดการ	3.76	0.686	มาก	2
รวม	3.74	0.611	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.611) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{X} = 3.77, S.D. = 0.683) รองลงมาคือ ในด้านการจัดการ (\bar{X} = 3.76, S.D. = 0.686) ต่อมาคือในด้านการเงิน (\bar{X} = 3.73, S.D. = 0.682) และ ในด้านการตลาด มีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด (\bar{X} = 3.69, S.D. = 0.712) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ

ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ

เพศ	\bar{X}	SD	T-test	Sig.
ชาย	4.338	0.583	0.329	0.040*
หญิง	4.317	0.534		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน
เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ
ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้ประกอบการเพศชาย มีความสำเร็จในการ
ประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า
ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

	ปัจจัยส่วนบุคคล	\bar{X}	SD	F-test	Sig.
อายุ	21-30 ปี	4.185	0.529	1.420	0.241
	31-40 ปี	4.249	0.469		
	41-50 ปี	4.298	0.549		
	มากกว่า 50 ปี	4.382	0.597		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.234	0.455	1.753	0.178
	ปริญญาตรี	4.375	0.577		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.303	0.567		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	4.337	0.520	0.796	0.671
	50,001 - 150,000 บาท	4.397	0.546		
	มากกว่า 150,000 บาท ขึ้นไป	4.302	0.559		

ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	4.473	0.500	0.678	0
	3 - 5 ปี	4.327	0.654		
	6 - 10 ปี	4.289	0.481		
	10 ปี ขึ้นไป	4.328	0.553		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า พบว่า มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่น ๆ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.234	4.375	4.303
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.234	-	0.071 (-0.141)	0.419 (-0.069)*
ปริญญาตรี	4.375		-	0.303 (0.072)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.303			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประสบ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.error	Beta		
ค่าคงที่	0.807	0.152		5.320	0.000
1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ (X_1)	0.212	0.050	0.213	4.278	0.000
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง (X_2)	0.097	0.048	0.103	2.002	0.000
3. กลยุทธ์ทางการตลาด (X_3)	0.204	0.051	0.215	4.016	0.000
4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า (X_4)	0.296	0.050	0.334	5.919	0.000
	R = 0.738		R ² = 0.545		Sig = 0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (R = 0.738) และสามารถพยากรณ์ได้ด้วยความน่าเชื่อถือร้อยละ 54.50 (R² =

0.545) ส่วนอีกร้อยละ 55.50 คือ ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งสามารถแสดงสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.807 + 0.212(X_1)^* + 0.097(X_2)^* + 0.204(X_3)^* + 0.296(X_4)^*$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.60$, S.D.=0.546) และพบว่า มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.74$, S.D. = 0.611) เป็นเพราะว่า หากผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ คือ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า อย่างเป็นระบบ จะทำให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจเสื้อผ้า ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพ โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญศักดิ์ เกิดสุข (2565) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการจัดการ ธุรกิจ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยเพศ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการเพศชาย อาจให้ความสนทนสนมในการให้บริการ แสดงถึงความไว้วางใจในการให้บริการ และสามารถอธิบาย ตอบข้อซักถามต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี ประกอบการกับผู้ที่มาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ ผู้ประกอบการเพศชายจึงมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้มาซื้อสินค้าได้มีประสิทธิภาพสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาดำว่า โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2560) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศและระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสมการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น

มอลล์ กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 54.50 ($R^2 = 0.545$) อาจเป็นเพราะ การวางแผนกลยุทธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะช่วยพัฒนาศักยภาพและสร้างการเติบโตของยอดขายที่ดีที่สุด และส่งผลการเติบโตและความสำเร็จดังที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกความสำเร็จของธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ อิวานเซอวิช (Ivancevich, 2007 : 44) ให้ความหมายกลยุทธ์ว่า เป็นตัวชี้วัดการบริหาร ขององค์การเพื่อบรรลุผลลัพธ์ในระยะยาวในฐานะที่เป็นแผนจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรขององค์การ ท่ามกลางการแข่งขัน รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ พอร์ตเตอร์ ไมเคิล (Porter Michael E., 1980) กล่าวว่า ได้กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์ การแข่งขันเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาดรวมถึงการประเมิน สภาพการแข่งขันในตลาดรวมถึงการประเมินสภาพการแข่งขันของธุรกิจว่าอยู่ในสถานะ ผู้นำหรือผู้ท้าชิง ผู้ตาม หรือผู้เจาะตลาดส่วนเล็ก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่ดีกว่าร้านค้าคู่แข่ง และควรปรับปรุงราคาให้สามารถแข่งกับคู่แข่งในทำเลใกล้เคียงได้
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าสามารถไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาว และควรจัดให้มีของแถม หรือมีการสะสมแต้มแลกของรางวัล

3. กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น และควรมีการมอบส่วนลดให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อเป็นประจำ

4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ทันเวลา และควรปรับปรุงให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาโดยศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยสภาพแวดล้อม หรือ พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

กันติทัต หอทอง. (2563). IMC การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้ประโยชน์จาก Promotion ใน 7Ps ให้เกิดประโยชน์สูงสุด. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2566 จากแหล่งที่มา

<https://adaddicth.com/knowledge/IMC-Integrated-Marketing-Communication>

ชาญศักดิ์ เกิดสุข. (2565). กลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสถาบันพัฒนาการเรียนรู้อาสาสมัครสมัยใหม่ ปีที่ 7 ฉบับที่ 7 ประจำเดือนสิงหาคม 2565, 169-187.

ธนากาญจน์ ดวงใจ, (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในศูนย์แฟชั่นค้าส่งเดอะแพลทินัม แฟชั่นมอลล์. การ

ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2564). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: ธุรกิจ
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่. ออนไลน์.** สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2566 จากแหล่งที่มา
[https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21)
[outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21)

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). **ต่อชีวิตร้านค้าสู้ COVID-19 คำปลืงดค่าเช่าช่วงปิด
ชั่วคราว เร่งหามาตรการอื่นเสริม. ออนไลน์.** สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2566
จากแหล่งที่มา [https://mgronline.com/](https://mgronline.com/business/detail/9630000031979)
[business/detail/9630000031979](https://mgronline.com/business/detail/9630000031979)

พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์. (2564). **กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของ
การประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล. มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.**

ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์. (2566). **ข้อมูลทั่วไปของศูนย์การค้า เดอะ
แพลทินัม มอลล์. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์.**

สวลี วงศ์ไชยา. (2560). **อิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่
ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์.
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.**

รุจเรขา วิทยาอุทตติกุล. (2553). **การพัฒนาแบบจำลองเครือข่ายทางสังคมเพื่อเพิ่ม
ผลผลิตงานวิจัยของอาจารย์ใน มหาวิทยาลัยวิจัยไทย. วารสารวิจัย สยามมห
องสมุดแห่งประเทศไทย ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ม.ค. – มิ.ย. 2558, 8(1), 1-21.**

อรดา รัชตานนท์ และคณะ. (2564). **ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อ
ผู้ประกอบการท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย**

Ivancevich, J. M. (2007). **Human Resource Management (11thed.)**. New York: McGraw-Hill Irwin.

Porter, Michael E., (1980). **Competitive Strategic Technique for Analyzing Industrial and Competitors**. The Five Force. Free Press. New York.

Taro Yamane. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper. & Row.