

รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีน*
LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT MODEL TO CREATE
A COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE BUSINESS OF IMPORTING
CHILDREN'S CLOTHING FROM CHINA

จิระวดี ตั้งสกุลทองपालี

Jirawadee Tangsakulthongpalee

ณัฐปภัสร ฤทธิวัฒนาวิช

Natprapas Ritwatthanavanich

เกวली แก่นจันดา

Kaewalee Kanchanda

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand

E- mail: natprapas.rit@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ 2) สร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ วิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ 1) วิจัยเชิงคุณภาพใช้เทคนิค เดลฟายเพื่อหาฉันทามติและนำข้อมูลไปสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 และแบบสอบถามในรอบที่ 2 และ 3 จากผู้เชี่ยวชาญ 17 ท่าน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยมและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และ 2) วิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามลูกค้าที่ซื้อสินค้าเสื้อผ้าเด็กผ่านช่องทางออนไลน์ 305 คน คำนวณด้วยโปรแกรม G*Power สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การจำแนกแบบพหุเพื่อทดสอบทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ผลวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนมีการแข่งขัน สูงจำเป็นต้องมีการวางแผน กลยุทธ์

* Received 15 July 2022; Revised 25 July 2022; Accepted 27 July 2022



บริหารจัดการที่ดี และนำปัจจัยแห่งความสำเร็จมาใช้ในธุรกิจ 2) รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนประกอบไปด้วยการนำประโยชน์จากการวางกลยุทธ์ การบริหารจัดการที่ดี และ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจและนำไปสู่ความสำเร็จ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การจัดการ, โลจิสติกส์, ห่วงโซ่อุปทาน, ความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน

Abstract

The Objectives of this research article were to 1) to study the current situations of logistics and supply management of children's clothing import business from China through online channels; 2) to create efficient logistics and supply chain management models and create a competitive advantage in the business of importing children's clothing from China through online channels. Mixed methods is used as a research methodology to approach this study. A Qualitative research which used Delphi technique which to use interview in the first round and questionnaires in the second and third round with 17 experts to find consensus and to use the data to create an efficient logistics and supply chain management model. Statistics qualitative used for this research were percentage, median, mode and interquartile range and a quantitative research which use questionnaires with 305 customers who bought children's clothing from import business from China through online channels. The G*Power program was used for calculating group samples. Statistics used for quantitative research were percentage median standard deviation and hypothesis testing which use Multiple Classification Analysis (MCA) as data analysis. The results of this research were: 1) The current situation of logistics and supply chain management of the business of importing children's clothing from China through online channels is highly competitive, requiring good planning, strategy, and management and bring success factors to use in business 2) Efficient logistics and supply chain management models and create a competitive advantage in the business of importing children's clothing from China through online channels which consists of taking advantage of strategy. Benefits from management and benefits of success factors to be used in business operations which use to benefit business and lead to success.

Keywords: Management Strategy, Logistics, Supply Chain, Competitive Advantage.



บทนำ

ธุรกิจนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนมีแนวโน้มได้รับความนิยมและมีอัตราเติบโตสูงขึ้น โดยเฉพาะเสื้อผ้าเด็กที่พบว่าสตรีที่มีบุตรร้อยละ 49 แสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและราคาไม่แพงจนเกินไป นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าตลาดเสื้อผ้าเด็กในประเทศจีนจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นถึง 4 ล้านล้านหยวน หรือประมาณ 18.8 ล้านล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว, 2564) และปริมาณการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนมาจำหน่ายในประเทศไทยก็เป็นอันดับ 1 ในปี 2564 โดยเฉพาะหมวดหมู่สินค้าประเภทชุดนอนสตรีและเด็กหญิงที่มีปริมาณการนำเข้าถึง 192.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 80.92 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2564) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงสาเหตุที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยนิยมนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศจีนเพื่อมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากสินค้าจากประเทศจีนมีราคาไม่แพงจนเกินไปและมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของคนไทย และปัจจุบันการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าประชาชนที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 68.97 และกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์สูงสุด ได้แก่ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 48.75 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2564) และเทคนิคการขายสินค้าในระบบออนไลน์ของผู้ประกอบการยุคใหม่จำเป็นต้องอาศัยการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) เข้ามาช่วยในการวางแผนการดำเนินงานผ่านระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain) ที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (ณัฐปภัสร์ ฤทธิ์วัฒนาวณิช, 2563)

ในธุรกิจออนไลน์การวางแผนส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพผู้ประกอบการสามารถนำกลยุทธ์การตลาดครองใจ (A Winning Heart Strategy) ที่เข้าถึงจิตใจของลูกค้าด้วยการแบ่งปันแนวคิดที่ตรงใจ (Mind Share) การนำเสนอสินค้านวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่และใช้งานได้ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจหรือช่วยในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) และการแบ่งปันหัวใจ (Heart Share) ที่สร้างคุณค่าตราสินค้า (Brand Value) ให้เข้าไปอยู่ในจิตใจลูกค้าหรือการสร้างตัวเลือกทางเทคโนโลยีระบบการให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถครองใจลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Natprapas Ritwatthanavanich, 2019) และการสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Competitive Advantage) ก็คือการพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน ซึ่งแนวทางการปฏิบัติที่ดีต้องอาศัยการจัดการอุปสงค์ (Demand Management) ของลูกค้า



เพื่อตอบสนองความต้องการที่ตรงใจ การจัดการอุปทาน (Supply Management) ที่มีประสิทธิภาพโดยบูรณาการร่วมกับบุคคลที่อยู่ในโซ่อุปทาน การวางแผนการผลิตที่มีความสอดคล้อง การทดแทนสินค้าอย่างต่อเนื่องโดยการสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติ การวางนโยบายการดำเนินงานที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ (John A. W. & John R. H., 2020) นอกจากนี้การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันตามแนวคิดของ Michael E. P. พบว่า สภาพะด้านการแข่งขันในธุรกิจการค้าของโลกทุกประเทศย่อมพยายามที่จะเลือกใช้กลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่จะสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและมีการนำเสนอเครื่องมือที่จะช่วยสร้างรายได้เปรียบ ได้แก่ การพิจารณาแรงกระทบทั้ง 5 (Five Forces) ที่ประกอบไปด้วย 1) สภาพการแข่งขันภายในธุรกิจจะเห็นได้ว่าผู้ที่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพจะอยู่ในวงการธุรกิจได้ต่อเนื่อง 2) สภาพการแข่งขันจากภายนอกธุรกิจ หากเริ่มมีคู่แข่งรายอื่นเข้ามาในวงการธุรกิจ การจะป้องกันคู่แข่งที่ต้องอาศัยความแข็งแกร่งที่ธุรกิจได้ดำเนินการมาก่อน 3) สภาพแรงกดดันจากคู่แข่งทางอ้อมหรือสินค้าทดแทน 4) อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบให้กับธุรกิจ และ 5) อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ นอกจากนี้ธุรกิจยังต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับสินค้าหรือกระบวนการในการดำเนินงาน การมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ (Cost Leadership) และ การเจาะจงในตลาด (Focus) โดยมุ่งเน้นผลิตสินค้าหรือบริการให้กับตลาดเฉพาะ เป็นต้น (Michael E. P., 2004)

จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทอย่างรวดเร็ว ทำให้การซื้อขายแตกต่างไปจากเดิม ในอดีตการทำธุรกิจจะเป็นการซื้อขายผ่านหน้าร้านซึ่งต้องมีเงินทุนสูง และร้านค้าต้องเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ในพื้นที่เท่านั้น ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจที่เรียกว่า พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะขยายกลุ่มตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด (Yang Ying, 2020) และธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนเพื่อนำมาขายต่อในประเทศไทยผ่านช่องทางออนไลน์ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้ประกอบการ ซึ่งระบบการค้าขายมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า เนื่องจากสื่อเหล่านี้เข้าถึงผู้คนเป็นจำนวนมาก และมีวิธีการที่สะดวก รวดเร็ว ในการแชร์รูปภาพ หรือวิดีโอ สำหรับการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถทำการโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างทันท่วงที ทำให้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนไม่ได้ยุ่งยากเหมือนในอดีต ปัจจุบันมีช่องทางการนำเข้าหลายช่องทาง เช่น การสั่งซื้อสินค้าผ่าน Application เช่น Taobao Alibaba Tmall หรือ ผ่านบริษัท Shipping ที่ให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่การสั่งซื้อจนกระทั่งสินค้ามาถึงประเทศไทย ดังนั้นในตลาดการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนเพื่อนำมาขายต่อผ่านช่องทางออนไลน์จึงเกิดร้านค้ามากมายที่ต้องการแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงในธุรกิจ



จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การจัดการทางด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะส่งต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยเกิดความสนใจว่าอย่างไร ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาหารูปแบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพแบบครบวงจรของกระบวนการของโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำเพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก เพิ่มฐานลูกค้ามากยิ่งขึ้น ที่สำคัญรูปแบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้เป็นอย่างดีและยังเป็นการช่วยให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพโดยสร้างผลกำไรสูงสุดให้กับธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Techniquel) 3 รอบ เพื่อจัดเก็บความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ 17 ราย โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.02 (Thomas T. M., 1971) เป็นการอภิปราย ควบคุมประเด็น เปิดเผยความคิดเห็นและสร้างฉันทามติด้วยการสัมภาษณ์ ใช้หัวข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม และหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในหนังสือ ตำรา และเว็บไซต์ต่างๆ ภายหลังจากได้รับข้อมูลการสัมภาษณ์ที่เป็นฉันทามติ ทำการสรุปผลและนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยบุคคล 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เป็นคนไทย ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล ผู้ประกอบการธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนและผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าประเภทอื่นจากประเทศจีนและนำมาขายต่อผ่านช่องทางออนไลน์ นักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัยและผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ที่ปรึกษาสภาอุตสาหกรรม รวม 10 คน กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เป็น



คนจีน ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศจีน นักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัย นักการตลาด รวม 7 คน รวมผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่มทั้งสิ้นจำนวน 17 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2.1 รอบที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเต็มที่และเสนอแนะองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

1.2.2 รอบที่ 2 และ 3 ใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) ในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) กำหนดช่วงกว้างของคะแนนเท่ากับ 0.49 โดยในรอบนี้เป็นการนำข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 มาสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบในรอบที่ 2 และ 3 และหาฉันทามติที่ตรงกันของผู้เชี่ยวชาญด้วยวิธีทางสถิติ โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบไปด้วย กลยุทธ์การจัดการ การบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน และปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 ด้วยแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด รอบที่ 2 และ 3 ด้วยแบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ด้วยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.71 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี เนื่องจากเกิน 0.5 ขึ้นไป ในรอบที่ 1 เมื่อได้รับข้อมูลการสัมภาษณ์ทำการสรุปบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 ท่าน และนำข้อมูลการสัมภาษณ์ไปเป็นส่วนหนึ่งของแบบสอบถามในรอบที่ 2 และ 3 เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ 17 ท่านตอบแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำข้อมูลที่ได้รับไปประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS ผลที่ได้จะนำไปสรุปประเด็นที่สำคัญแล้วทำการสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์

1.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัธยฐาน (Median) และ ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) โดยมีเงื่อนไขในการแปลความหมายของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นฉันทามติและความสอดคล้องของข้อมูลต้องประกอบไปด้วย ค่ามัธยฐานต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 3.50 ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ต้องมีค่าไม่มากกว่า 1.50 และความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมและค่ามัธยฐานต้องมีค่าไม่เกิน 1.00 โดยแนวโน้มปัจจัยข้อใดมีเงื่อนไขตามที่กำหนดครบทุกข้อถือว่าแนวโน้มปัจจัยในข้อนั้นมีความสอดคล้องและเป็นฉันทามติ ในทางกลับกันหากแนวโน้มปัจจัยในข้อใดข้อหนึ่งไม่ตรงตามเงื่อนไขครบทุกข้อถือว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในข้อนั้นไม่มีความสอดคล้องและไม่เป็นฉันทามติ



2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเสื้อผ้าเด็กผ่านช่องทางออนไลน์จากประเทศจีนที่มีต่อรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าของบริษัท Babycutie.store ผู้จำหน่ายเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการของบริษัท Babycutie.store ทயอยส่งแบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่เข้ามาซื้อเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์และทำแบบสอบถามจนครบจำนวนตามที่ต้องการ วิธีการคำนวณใช้วิธีการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power โดยใส่ข้อมูลต่าง ๆ ลงในโปรแกรมตามเกณฑ์ที่กำหนด ภายหลังการคำนวณได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 305 คน (นิพิฐพนธ์ สนิทเหลือและคณะ, 2562)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - Ended Question) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาทดสอบทัศนคติของลูกค้าโดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพที่มาจากการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบไปด้วย กลยุทธ์การจัดการ การบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน และปัจจัยแห่งความสำเร็จ และ ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบไปด้วย ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (8Ps) และ ทัศนคติที่เกี่ยวกับการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

หลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จสิ้นก่อนการเก็บข้อมูลตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญ (IOC) 2 ท่าน พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 0.73 ถือว่าอยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเกิน 0.5 ขึ้นไป นำไป Try out กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาทดลองประมวลผลหลังจากนั้นดำเนินเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 305 ชุด โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการบริษัท Babycutie.store ทายอยส่งแบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าจนครบจำนวนที่ต้องการ หลังเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นจึงทำการประมวลผลทางสถิติต่อไป



2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรม SPSS ด้วยค่าสถิติที่กำหนดและทำการทดสอบสมมติฐาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบไปด้วยกลยุทธ์การจัดการ การบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน และปัจจัยแห่งความสำเร็จ และตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบไปด้วยทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (8Ps) และ ทัศนคติที่เกี่ยวกับการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์จำแนกแบบพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ จากการวิจัยเชิงคุณภาพมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 พบว่า ในด้านกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน มีการวางระบบการใช้งานที่ดี ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีการรักษาความปลอดภัยในการใช้งานของผู้บริโภค กลยุทธ์ทางด้านบุคลากรมีการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ คัดเลือกสินค้าที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ ตอบโจทย์ลูกค้าและคุณภาพต้องมียุทธศาสตร์ที่มีความสอดคล้องกับราคาและอายุการใช้งาน ด้านราคา การตั้งราคามีหลายวิธี เช่น การตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาดโดยใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การตั้งราคาสูงกว่าตลาดต้องใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ด้านการกระจายสินค้า มีการกระจายสินค้าไปยังผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ปลอดภัย สะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด ด้านส่งเสริมการขาย จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าโดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว รักษาความลับของลูกค้าโดยไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปทำการเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาต ด้านการให้บริการแบบเจาะจงโดยจัดเก็บข้อมูลการซื้อขายสินค้าของลูกค้าทุกรายเพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง ในด้านการบริหารจัดการผ่านช่องทางออนไลน์



ประกอบไปด้วย การจัดหาสินค้าผู้ประกอบการต้องศึกษาและทำความเข้าใจกระบวนการในการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนแบบครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และต้นทุนต่ำด้านการผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านระบบออนไลน์ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปจากประเทศจีน แต่เมื่อมีการขยายตัวของธุรกิจเพิ่มขึ้นก็จะเริ่มวางแผนการผลิตโดยเน้นกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง การควบคุมสินค้าคงคลังและคลังสินค้า มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความถูกต้องและรวดเร็ว การเลือกรูปแบบการขนส่งพิจารณาจากความเหมาะสมของโครงสร้างธุรกิจ เช่น การวางแผนควบคุมการขนส่งด้วยต้นทุนที่ต่ำหรือเลือกใช้บริการจากบริษัทภายนอกตามความเหมาะสม ช่องทางการกระจายสินค้า กระจายสินค้าผ่านเว็บไซต์ของร้านค้า Application รวมถึงการกระจายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเน้นการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง การให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายมีการนำเสนอสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้และเข้าถึงสินค้าของธุรกิจโดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีการให้คำแนะนำลูกค้าอย่างผู้เชี่ยวชาญ และให้ความสนใจในการตอบคำถามอย่างทันท่วงที ไม่ทิ้งระยะเวลานาน และในด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบไปด้วย การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ มีการกำหนดทิศทางของธุรกิจให้ถูกต้อง สื่อสารกับทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติงาน การสร้างนวัตกรรมการจัดการ เน้นการสร้างนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ และ คุณลักษณะของผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะที่ดี มีการเรียนรู้ พัฒนาตนเอง ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งชั้น มุ่งมั่น พยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วและนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อธุรกิจ

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการนำข้อมูลจากรอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบในรอบที่ 2 และ 3 พบว่า ข้อมูลที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ได้แก่ ในด้านกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ มีการออกแบบเว็บไซต์โดยมีข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ทันสมัย ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การใช้งานไม่ซับซ้อน มีความปลอดภัยในการใช้งาน การคัดเลือกบุคลากรมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ มีใจรักการให้บริการ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและตลาดธุรกิจออนไลน์ ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า คุณภาพมีความสอดคล้องกับราคาและเหมาะสมกับอายุการใช้งาน การตั้งราคาต้องมีการควบคุมต้นทุนเพื่อตั้งราคาต่ำกว่าตลาดหรือสร้างความแตกต่างเพื่อตั้งราคาได้สูงกว่าราคาตลาด การกระจายสินค้า มีการเพิ่มช่องทางการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย Applications และสังคมออนไลน์ การส่งเสริมการขายมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ลูกค้านิยมใช้งาน

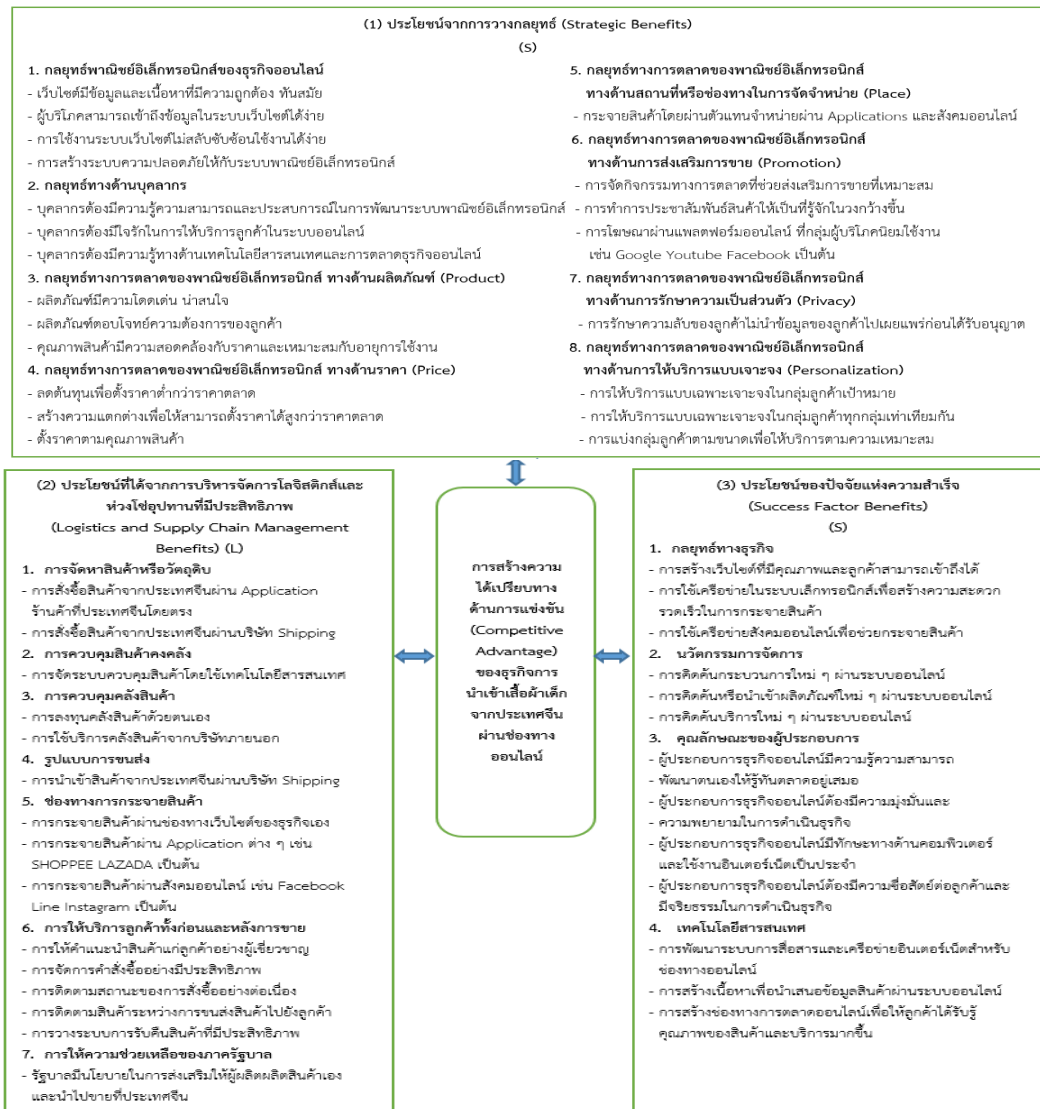


ความเป็นส่วนตัวของลูกค้า รักษาความลับ ไม่นำข้อมูลไปเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาต การให้บริการแบบเจาะจง ให้บริการในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกันและแบ่งกลุ่มลูกค้าตามขนาดเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับโครงสร้างองค์การและทรัพยากรของธุรกิจ ในด้านการบริหารจัดการ ประกอบไปด้วย การจัดหาสินค้า เน้นกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง การควบคุมสินค้าคงคลังโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการควบคุม การควบคุมคลังสินค้าดำเนินการด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดหรือการใช้บริการคลังสินค้าจากบริษัทภายนอกตามความเหมาะสม รูปแบบการขนส่ง เลือกรูปแบบการขนส่งที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็วโดยการเปรียบเทียบราคาและมาตรฐานการบริการที่ดี การกระจายสินค้าเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด การให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย มีการให้คำแนะนำสินค้าอย่างผู้เชี่ยวชาญ จัดการคำสั่งซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ ติดตามสถานะของการสั่งซื้อและการขนส่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง และวางระบบการรับคืนสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ในด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ การสร้างนวัตกรรมการจัดการ คิดค้นผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ต้องมีความรู้ความสามารถ พัฒนาตนเองให้รู้ทันตลาดอยู่เสมอ มีความมุ่งมั่นและพยายาม มีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์ ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีการพัฒนาระบบการสื่อสารและเครือข่ายสำหรับช่องทางออนไลน์ สร้างเนื้อหาเพื่อนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจ การนำเข้าเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า จากการนำข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องและมีการลงนามตราร่วมกันทั้ง 3 รอบ สามารถสรุปเป็นรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบไปด้วย การใช้ประโยชน์จากการวางกลยุทธ์ (Strategic Benefits) ประกอบไปด้วย การวาง กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ กลยุทธ์ทางด้านบุคลากร กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้ประโยชน์ที่ได้จากการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ (Logistics and Supply Chain Management Benefits) ประกอบไปด้วย การบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ และ การใช้ประโยชน์จากปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Success Factor Benefits) ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานการณ์ การจัดการนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ประโยชน์ในธุรกิจ และ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี



สามารถนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ให้ประสบความสำเร็จ สามารถแสดงรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กนำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ (SLS) ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบ SLS การโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูลการผันแปรและการจำแนกแบบพหุของรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า



3.1 ข้อมูลทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านำเข้าจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ประกอบไปด้วย ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ในครั้งนี้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า 1) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) ได้แก่ สินค้าที่อยู่ในระบบออนไลน์มีความหลากหลาย 2) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านราคา (Price) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ได้แก่ การซื้อสินค้าในระบบออนไลน์สามารถทำการเปรียบเทียบราคาของผู้ประกอบการหลายรายก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า 3) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย (Place) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ได้แก่ การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลายวิธีการ 4) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย 5) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านการใช้บริการส่วนบุคคล (Personalization) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ได้แก่ การซื้อขายในระบบออนไลน์พนักงานมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าอย่างผู้เชี่ยวชาญ 6) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) ได้แก่ ธุรกิจมีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวอย่างชัดเจน และ 7) ทัศนคติที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์สูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) ได้แก่ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลการวิเคราะห์การผันแปรและการจำแนกแบบพหุของรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคและผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันมากที่สุด ได้แก่ 1) ในด้านการวางกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วย การสร้างเว็บไซต์ของผู้ประกอบการออนไลน์ ต้องไม่ซับซ้อน ลูกค้าสามารถใช้งานง่าย การคัดเลือกบุคลากร ต้องคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ มีการฝึกอบรมให้มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ต้องมีการผลิตที่มีคุณภาพสอดคล้องกับราคาและเหมาะสมกับอายุการใช้งาน การตั้งราคา สามารถนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อตั้งราคาได้สูงกว่าตลาดหรือกลยุทธ์ในด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนเพื่อตั้งราคาได้ต่ำกว่าตลาด การส่งเสริมการขายมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง การรักษาความเป็นส่วนตัว ไม่นำความลับของลูกค้าไปเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาต 2) ในด้านการบริหารจัดการ ประกอบไปด้วย การจัดหาสินค้าใช้การสั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีนผ่านบริษัท Shipping แบบครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเข้า การควบคุมสินค้าคงคลังโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการควบคุม การบริหารคลังสินค้ามีการลงทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายในคลังสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำ



และนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงาน การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า โดยการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึงเพื่อให้เข้าถึงลูกค้า การให้บริการลูกค้า โดยการวางระบบการขายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่ก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย 3) ในด้านปัจจัยความสำเร็จ ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การสร้างนวัตกรรมการจัดการ คิดค้นหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านระบบออนไลน์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องมีความรู้ ความสามารถ พัฒนตนเองให้รู้ทันตลาดอยู่เสมอ และ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน อำนวยความสะดวก และสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการของธุรกิจและสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

อภิปรายผล

1. สภาพปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ผู้ประกอบการออนไลน์ยังพบอุปสรรคในด้านการวางแผนกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์ด้านบุคลากรและกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารจัดการ และการสร้างปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการจะทำลายอุปสรรคดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นจำเป็นต้องมีการเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับโครงสร้างองค์การ ทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจ และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ นอกจากนี้การบริหารจัดการที่ดีจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีคุณลักษณะที่ดี มีความมุ่งมั่น แสวงหาความรู้ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และการสร้างนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินและพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิศศยานันท์ เจริญพูล และ สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ ที่พบว่า การวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประกอบไปด้วยกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการบริหารจัดการที่ดีจะส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมเมิร์ซ แต่ในทางกลับกันหากการวางกลยุทธ์และการบริหารจัดการไม่ดีก็จะเป็นการสร้างอุปสรรคในการดำเนินส่งผลทำให้ไม่สามารถนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุค Digital ได้แก่ การสร้างนวัตกรรมการจัดการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ เทคโนโลยี สารสนเทศ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (อลิศศยานันท์ เจริญพูล, 2559); (สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ, 2562)

2. รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์



เกิดจากประโยชน์ต่าง ๆ ประกอบไปด้วยการใช้ประโยชน์จากการวางกลยุทธ์ที่ดี การใช้ประโยชน์จากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และ การใช้ประโยชน์ที่เกิดจากปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การใช้ประโยชน์จากการวางกลยุทธ์ (Strategic Benefits) ประกอบไปด้วย

1) การวางกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ ได้แก่ การสร้างเว็บไซต์มีข้อมูลและเนื้อหาที่มีความถูกต้อง ทันสมัย ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลในระบบเว็บไซต์ได้ง่าย การใช้งานไม่สลับซับซ้อน ระบบมีความปลอดภัยในการใช้งาน การวางกลยุทธ์ทางด้านบุคลากร ได้แก่ ธุรกิจมีการสรรหาและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ มีใจรักทางด้านการบริการ การวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการแบบเจาะจง ในแต่ละด้านต้องมีความเหมาะสมถูกต้องกับสถานการณ์และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งการวางกลยุทธ์ที่ดีทำให้ธุรกิจมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน สามารถวางรูปแบบในการวางแผนที่ดี ช่วยให้ธุรกิจมีการพัฒนาตนเองให้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมและทำให้เกิดความชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกันในการกิจและบทบาทของบุคคลที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรเพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์นิธิ จิรพัฒนาพรสิน ที่ระบุว่าองค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ดี ประกอบด้วยการวางกลยุทธ์โครงสร้างที่ดี มีการวางระบบและวิธีปฏิบัติงาน การจัดคนเข้าทำงานให้เหมาะสมกับทักษะ รูปแบบการทำงานของผู้บริหารและการสร้างค่านิยมร่วมขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์ส่งผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร นอกจากนี้ในด้านระบบและวิธีปฏิบัติงานที่ประกอบไปด้วยการจัดคนเข้าทำงานและรูปแบบการทำงานของผู้บริหารก็ส่งผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (ธัญญ์นิธิ จิรพัฒนาพรสิน, 2563)

2.2 ประโยชน์ที่ได้จากการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ (Logistics and Supply Chain Management Benefits) ที่ประกอบไปด้วยการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ ประกอบไปด้วย การจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพและต้นทุนต่ำ การควบคุมสินค้าคงคลังโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการควบคุม การควบคุมคลังสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดหรือการใช้บริการคลังสินค้าจากบริษัทภายนอกตามความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กรและทรัพยากรของธุรกิจ รูปแบบการขนส่งที่มีการวางระบบที่ดีเพื่อนำไปสู่การประหยัดต้นทุน การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่าน เว็บไซต์ของธุรกิจ Application และ สังคมออนไลน์ เพื่อการเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น การให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งการบริหารจัดการที่ดีทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่ม



ประสิทธิภาพในการดำเนินงานและนำไปสู่ประสิทธิผล ได้แก่ สามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไรสูงสุดให้แก่ธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุฑตา แก่นสุวรรณ และ คณะ ที่พบว่า การบริหารจัดการที่ดีต้องมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน มีการกระจายอำนาจในการบริหารงานอย่างเป็นธรรม มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในหน่วยงาน สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า พร้อมการจัดกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้ทรัพยากรให้ให้เกิดความคุ้มค่าและประหยัดต้นทุนก็จะส่งผลทำให้การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ (มุฑตา แก่นสุวรรณ และคณะ, 2561)

2.3 ประโยชน์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Success Factor Benefits) ได้แก่ การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ดีมีความเหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายออนไลน์ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุด การสร้างนวัตกรรมโดยการคิดค้นผลิตภัณฑ์และกระบวนการในรูปแบบใหม่ ๆ ผ่านระบบออนไลน์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ต้องแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้รู้ทันตลาดอยู่เสมอ มีความมุ่งมั่นและพยายามในการดำเนินธุรกิจ มีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และการทำงานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ที่สำคัญผู้ประกอบการต้อง มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการสื่อสารและเครือข่ายสำหรับช่องทางออนไลน์ สร้างเนื้อหาที่ดี นำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างทั่วถึงส่งผลทำให้เกิดโอกาสทางการตลาดและนำไปสู่การซื้อสินค้าในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ประกอบไปด้วย นวัตกรรมการจัดการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยต้องค้นหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันทีเพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสภาวะทางการตลาดเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันและประยุกต์ใช้นวัตกรรมการจัดการมาปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นการขยายตลาดให้มากขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าส่งผลทำให้เกิดการสื่อสารทางบวกแบบปากต่อปากของลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ และนำไปสู่ความจงรักภักดีในที่สุด (สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ, 2562)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1. การลงทุนในธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงและการที่จะเอาชนะคู่แข่งและแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ต้องมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารจัดการทางด้านโลจิสติกส์ ทุกกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ การพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการจะช่วยทำ



ให้สามารถค้นพบสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ สร้างความน่าเชื่อถือจากการสร้างคุณค่าตราสินค้า พัฒนาระบบและกระบวนการสั่งซื้ออย่างมืออาชีพ แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พัฒนามาตรฐานการให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ธุรกิจก็สามารถทำการแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของธุรกิจการนำเข้าเสื้อผ้าเด็กจากประเทศจีนผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์และสามารถวางแผนในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย การใช้ประโยชน์จากการวางกลยุทธ์ ได้แก่ วางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ธุรกิจ การใช้ประโยชน์ที่ได้จากการบริหารจัดการที่ดีจะนำไปสู่การสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล และ การใช้ประโยชน์โดยการสร้างปัจจัยแห่งความสำเร็จโดยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยี และสร้างคุณลักษณะที่ดีให้ผู้ประกอบการในการนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายและความสำเร็จ ซึ่งการนำประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ไปใช้ให้เกิดผลดีก็จะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว เกิดการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้สามารถแข่งขันส่วนแบ่งตลาดและแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่การขยายธุรกิจให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไปในอนาคต 3) ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องมีการวางแผนและพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและครบวงจร โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่ต้องมีการวางระบบการดำเนินงานที่ดีตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ ขยายเครือข่ายให้กว้างขึ้นเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสร้าง Content ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้อยู่รอดและยั่งยืนต่อไป ดังนั้นงานวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยจะทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนากระบวนการอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยที่เพิ่มมากขึ้นในยุคดิจิทัลจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จเสร็จสิ้นไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่มอบเงินทุนสนับสนุนการวิจัย ในปีงบประมาณ 2564 ซึ่งผู้วิจัยตระหนักถึงความกรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ การรับรองจริยธรรมในมนุษย์งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนครราชสีมา หมายเลขข้อเสนอการวิจัยเลขที่ NMCEC-0032/2564



เอกสารอ้างอิง

- ณัฐปภัสร์ ฤทธิ์วัฒนาวาณิช. (2563). การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน. กรุงเทพมหานคร: นิโธพรีนทร์ตั้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง.
- ธัญญ์นิธิ จิรพัฒนานพพรสิน. (2563). ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตร: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 12(4), 1323-1346.
- นิพัทธ์พนธ์ สนิทเหลือและคณะ. (2562). การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*POWER. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5(1), 498-507.
- มุกดา แก่นสุวรรณ และคณะ. (2561). แนวทางการบริหารจัดการที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (จังหวัดสกลนคร นครพนม และ มุกดาหาร). วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(2), 143-156.
- สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 15(2), 33-44.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). พาณิชย์เผย โควิดดันยอดซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.45 เท่า. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.price.moc.go.th/price/fileuploader>
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2564). สถิติการค้าระหว่างประเทศ. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <http://tradereport.moc.go.th/Report>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า. (2564). ส่องโอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กในจีน. เรียกใช้เมื่อ 24 มีนาคม 2565 จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/732716/732716.pdf.
- อลิศศยานันท์ เจริญพูล. (2559). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- John A. W. & John R. H. (2020). Organizational Behavior. (3rd Edition). New York: Taylor & Francis Group.
- Michael E. P. (2004). On Competition. USA: A Harvard Business Review Book.
- Natprapas Ritwatthanavanich. (2019). Service Innovation Quality: A Winning Heart Share Strategy to Service Entrepreneurial Success. Asian Administration and Management Review, 2(2), 1-10.
- Thomas T. M. (1971). The Delphi Technique in Macmillan Thomas T., Paper Presented at Theannual Meeting of the California the California Junior



Colleges Associations Committee on Research and Development.
California: Santa Barbara City Schools.

Yang Ying. (2020). Factors Affecting the Purchase Decision on Fashion Clothes via Social Media (Facebook) of Working Consumers in Bangkok. Bangkok: Bangkok University.