



การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

รุ่งรัตน์ สร้อยเงิน* สุภัททา ปิณฑะแพทย์ และ อีรุฒิ บุญยโสภณ

ภาควิชาการพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปรีดา อัครวินิจตระการ

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 08 4545 5546 อีเมล: roongratana@gmail.com DOI: 10.14416/j.kmutnb.2020.03.003

รับเมื่อ 21 มิถุนายน 2562 แก้ไขเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562 ตอบรับเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562 เผยแพร่ออนไลน์ 10 มีนาคม 2563

© 2020 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน 2) เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน และ 3) เพื่อพัฒนาคู่มือแนวทางการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจศูนย์การค้าและผู้นำชุมชน การประชุมสนทนากลุ่ม ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิในด้านธุรกิจ นักวิชาการ และผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจศูนย์การค้า ผู้จัดการ พนักงานและผู้ประกอบการร้านค้าในธุรกิจศูนย์การค้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามและแบบประเมินคู่มือวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย มิติที่ 1 ด้านการบริหารองค์กรธุรกิจ มี 8 องค์ประกอบ มิติที่ 2 ด้านการสนับสนุนชุมชน มี 2 องค์ประกอบ คู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน มี 2 ส่วนที่ 1 แนะนำการใช้คู่มือ ส่วนที่ 2 แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย หมวดที่ 1 การบริหารองค์กรธุรกิจ และหมวดที่ 2 การสนับสนุนชุมชน รูปแบบและคู่มือแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ได้รับความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่มด้วยมติเป็นเอกฉันท์ คู่มือแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดการความรู้ด้านศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนได้

คำสำคัญ: รูปแบบ ธุรกิจ การบริหารจัดการ ศูนย์การค้า เศรษฐกิจชุมชน

การอ้างอิงบทความ: รุ่งรัตน์ สร้อยเงิน สุภัททา ปิณฑะแพทย์ อีรุฒิ บุญยโสภณ และ ปรีดา อัครวินิจตระการ, “การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน,” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ปีที่ 30, ฉบับที่ 4, หน้า 698-706, ต.ค.-ธ.ค. 2563.



Model Development of Shopping Center Business Management in Congruence to the Community Economy

Roongrat Sroingern* Supatta Pinthapataya and Teravuti Boonyasopon

Department of Industrial Business and Human Resource Development, Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, Thailand

Preeda Attavinijtrakarn

Bureau of Industrial Economics Research, Office of Industrial Economics, Ministry of Industry, Bangkok, Thailand

* Corresponding Author, Tel. 08 4545 5546, E-mail: roongratana@gmail.com DOI: 10.14416/j.kmutnb.2020.03.003

Received 21 June 2019; Revised 23 July 2019; Accepted 25 July 2019; Published online: 10 March 2020

© 2020 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the elements of the shopping center management model in congruence to the community economy, 2) to create and develop a shopping center management model in congruence to the community economy, and 3) to develop a guideline for shopping centers management in congruence to the community economy. The research was a mixed method of qualitative and quantitative approach. The research populations were the business executives of shopping centers, managers, employees and customers. The tools used in the qualitative research were in-depth interview and focus group. The data were analyzed by content analysis. The tools used in the quantitative study were questionnaires and manual assessments forms. The quantitative data were analyzed by using statistics of frequency, standard deviation, and exploratory factor analysis. The results showed two dimensions. The first dimension: Business Organization Management which comprised 8 components. The second dimension: Community Support which consisted of 2 components. The model and the guideline manual were approved by the expert in the focus group meeting with a consensus agreement. The manual was evaluated by the experts for its appropriateness in application.

Keywords: Model, Management, Shopping Center, Community Economy

Please cite this article as: R. Sroingern, S. Pinthapataya, T. Boonyasopon, and P. Attavinijtrakarn, "Model development of shopping center business management in congruence to the community economy," *The Journal of KMUTNB*, vol. 30, no. 4, pp. 698–706, Oct.–Dec. 2020 (in Thai).

1. บทนำ

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมนั้น นับมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างมาก มีผลทำให้ภาคเอกชนมีการขยายกิจการและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จากการพิจารณาโครงการลงทุนที่ได้รับความนิยมอย่างมากในรอบทศวรรษที่ผ่านมาในพื้นที่ชุมชนชายขอบเมืองพบว่า ธุรกิจประเภทศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าที่มีการขยายตัวและมีการกระจายไปสู่ชุมชนในรอบเขตปริมณฑลมากขึ้น เช่น ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร นนทบุรี ปทุมธานี และนครปฐม เป็นต้น และในปัจจุบันพื้นที่ที่ห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กหรือศูนย์การค้าชุมชนเป็นประเภทศูนย์การค้าได้รับความนิยมสูงจากผู้บริโภคในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านและแวะพักระหว่างทาง อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางธุรกิจของศูนย์การค้าชุมชนก็อาจต้องเผชิญกับการแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าค้าปลีกขนาดใหญ่ที่อาจเข้ามาแทรกแซงและขยายการดำเนินธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เหล่านั้นได้มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการขยายสาขาให้อยู่ในรูปแบบศูนย์การค้าขนาดเล็กเพื่อให้เข้าไปในชุมชน ทำให้กลายเป็นคู่แข่งทางธุรกิจที่สำคัญของศูนย์การค้าที่ดำเนินการอยู่แล้วในเขตชุมชน

อุตสาหกรรมค้าปลีกเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่อยู่ในรูปแบบของศูนย์การค้าขนาดเล็กในชุมชน เช่น ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ คอมมูนิตีมอลล์ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่สังคมในชุมชน ตลาดค้าปลีกถือได้ว่าเป็นเงินลงทุนไม่สูงเกินไปโดยผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจต่อรอง การดำเนินธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภค การเข้าถึงผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจของการทำธุรกิจ

ธุรกิจศูนย์การค้าชุมชนจัดตั้งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการในราคาที่ยุติธรรม ศูนย์การค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการได้หลากหลาย การบริหารศูนย์การค้าต้องมีการวางแผนและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อทำให้ธุรกิจอยู่รอดและดำเนินต่อไปได้

ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับชุมชนรอบข้าง โดยสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในชุมชน ผ่านกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนในชุมชนควบคู่กันไป โดยทำให้ศูนย์การค้าเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม ด้วยการส่งเสริมให้เข้ามามีส่วนร่วมในเชิงธุรกิจจากภูมิปัญญาของชุมชน แสดงความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน และสร้างการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของในพื้นที่ร่วมกัน ด้วยการสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกับชุมชน

กุญแจสำคัญของ การดำเนินธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน คือการทำความเข้าใจผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชนและสังคมรอบข้าง เพราะธุรกิจศูนย์การค้าจะอยู่ได้ก็เพราะผู้บริโภคมีกำลังซื้อ ซึ่งเกิดจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในชุมชน ดังนั้นธุรกิจศูนย์การค้าในชุมชนจึงต้องพิจารณาสภาพทางเศรษฐกิจเพื่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนการตลาด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจที่ดีในชุมชนเพื่อการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจให้สามารถอยู่รอดได้ทั้งสองฝ่าย เพราะเมื่อศูนย์การค้าได้ขายสินค้าและบริการก็จะนำไปสู่รายได้และผลกำไรในส่วนหนึ่งซึ่งสามารถนำไปช่วยสร้างและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชุมชนได้อีกส่วนหนึ่ง ซึ่งรูปแบบการที่นำไปสู่การบริหารจัดการศูนย์การค้าในชุมชนจำเป็นที่จะต้องพิจารณาความเป็นไปได้ในการสร้างชุมชนให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นมาได้ และหากชุมชนการพัฒนาในทางที่ดี ย่อมนำไปสู่การพัฒนาของธุรกิจศูนย์การค้าได้ด้วยเช่นกัน [1]

การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนจึงเป็นการพัฒนาชุมชนและช่วยแก้ไขปัญหาในชุมชนเพื่อให้สามารถสร้างและสนับสนุนเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในอนาคตให้เป็นไปตามแนวทางของรูปแบบการพัฒนาศูนย์การค้าชุมชนของประเทศเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการ

ศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

2) เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ

ศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

3) เพื่อพัฒนาคู่มือแนวทางการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

2. วิธีการวิจัย

ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวคิด การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

2) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์และนำมาจัดทำแบบสอบถาม

3) สร้างแบบสอบถามเพื่อค้นหาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยใช้เทคนิค IOC และวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยเทคนิคสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 96.73 [2]

4) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

5) นำองค์ประกอบมาจัดทำรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนและร่างคู่มือแนวทางการบริหารศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

6) นำรูปแบบและคู่มือเข้าสู่การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน จำนวน 18 คน เพื่อขอความเห็นชอบ

7) ปรับปรุงและแก้ไขรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

8) จัดทำคู่มือแนวทางการบริหารจัดการศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ

สอบความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้

3. ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มิติ 10 องค์ประกอบ ได้แก่ มิติด้านการบริหารองค์กรธุรกิจ และมิติด้านการสนับสนุนชุมชน รายละเอียดผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 10

ตารางที่ 1 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ด้านที่ตั้งศูนย์การค้าชุมชน

ด้านที่ตั้งศูนย์การค้าชุมชน	Component
	1
1. ทัศนคติด้านการเลือกซื้อของผู้บริโภคมีผลต่อการเดินทางมาศูนย์การค้า	0.843
2. แสวงหาทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกทางคมนาคม	0.838
3. ศึกษาความหนาแน่นของจำนวนประชากรโดยรอบที่ส่งผลต่อช่องทางการจัดจำหน่าย	0.826
4. ศึกษาให้ทำเลที่ตั้งศูนย์การค้าอยู่ในจุดศูนย์กลางชุมชนเมืองหรือย่านการค้า	0.825
5. พิจารณาด้านความสะดวกในการเดินทางเข้าออกศูนย์การค้า	0.810
6. จัดหาทำเลที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม	0.799
7. คำนึงถึงอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของชุมชน	0.798
8. จัดหาทำเลที่ตั้งให้อยู่บริเวณเส้นถนนสายหลัก	0.785
9. การจัดวางตำแหน่งร้านค้าเหมาะสมกับประเภทของสินค้า	0.758
10. พิจารณารัศมีทำเลที่ตั้งศูนย์การค้าให้อยู่ในละแวกชุมชนเพื่อการเข้าถึง	0.739

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	Component	
	1	2
1. มีการศึกษาความต้องการสินค้าประเภทต่างๆ จากชุมชน	0.831	-
2. มีการพัฒนาการออกแบบสินค้าที่ผลิตในชุมชน	0.826	-
3. มีการนำสินค้าชุมชนมาทดแทนสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายตามท้องตลาด	0.808	-
4. มีการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชน	0.795	-
5. มีการให้คำปรึกษาเพื่อให้ชุมชนได้พัฒนาสินค้าให้เกิดคุณค่าเพิ่ม	0.768	-
6. มีการแนะนำสรรพคุณของสินค้าตามความเป็นจริง	0.774	-
7. มีการคัดแยกสินค้าตามประเภทของการใช้สอย	0.728	-
8. มีการคัดสรรสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพเพื่อการขายสินค้าสำหรับชุมชน	-	0.869
9. มีสินค้าพื้นเมืองที่ผลิตโดยชุมชนในศูนย์การค้า	-	0.846
10. มีสินค้าสำหรับชีวิตประจำวันภายในศูนย์การค้าที่เหมาะสม	-	0.840

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านราคาขาย

ด้านราคาขาย	Component	
	1	2
1. กำหนดราคาพื้นที่เช่าโดยขึ้นอยู่กับศักยภาพของทำเลที่ตั้งของพื้นที่เช่า	0.849	-
2. กำหนดราคาพื้นที่เช่าตามขนาดของพื้นที่เช่า	0.835	-
3. กำหนดราคาสินค้าโดยใช้หลักกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า	0.832	-

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านราคาขาย (ต่อ)

ด้านราคาขาย	Component	
	1	2
4. กำหนดราคาพื้นที่เช่าโดยพิจารณาจากประเภทของสินค้า	0.832	-
5. กำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของผู้มาใช้บริการ	0.743	-
6. กำหนดราคาขายสินค้าที่ยืดหยุ่นได้ตามฤดูกาล	-	0.866
7. กำหนดราคาสินค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน	-	0.850
8. กำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากแหล่งผลิตสินค้า เช่น สินค้านำเข้า	-	0.748

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านช่องทางการขาย

ด้านช่องทางการขาย	Component	
	1	2
1. จัดแยกประเภทสินค้าอุปโภคและบริโภค	0.840	-
2. จัดวางสินค้าให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย	0.818	-
3. จัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่	0.817	-
4. การจัดวางสินค้าขายภายในศูนย์การค้า	0.730	-
5. จัดให้มีการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอสินค้า	0.726	-
6. การจัดช่องทางการขายด้วยเทคโนโลยี	0.570	-
7. จัดให้มีการขายสินค้าด้วยรถยนต์เคลื่อนที่	-	0.863
8. จัดให้มีตัวแทนขายตรงกับลูกค้า	-	0.798
9. จัดให้มีช่องทางการขายผ่านสื่อโทรทัศน์	-	0.750
10. จัดให้มีช่องทางการขายที่หลากหลาย เช่น ออนไลน์ โทรศัพท์	-	0.674

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Component		
	1	2	3
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่สำคัญให้แก่ชุมชน	0.862	-	-
2. มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายตามความสนใจของลูกค้า	0.862	-	-
3. วางกลยุทธ์ทางการตลาดโดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า	0.752	-	-
4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับสินค้าชุมชน	0.727	-	-
5. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาล	0.641	-	-
6. สร้างวิธีการกระตุ้นยอดขายให้ร้านค้าภายในศูนย์การค้า	0.589	-	-
7. มีการแจ้งกิจกรรมพิเศษที่องค์กรจัดขึ้นให้ชุมชนได้รับทราบอย่างทั่วถึง	-	0.818	-
8. มีช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ	-	0.801	-
9. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับชุมชน	-	0.708	-
10. จัดสรรพื้นที่ให้ร้านค้าภายในศูนย์การค้าได้มาร่วมจัดกิจกรรม	-	0.632	-
11. นำช่องทางด้านการตลาดที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมการขาย	-	0.631	-
12. การพัฒนาช่องทางสื่อสารการตลาดให้หลากหลาย	-	0.552	-
13. ใช้การลดราคาสินค้าเป็นตัวกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการขาย	-	-	0.836
14. ใช้วิธีการสร้างกิจกรรมความบันเทิงเพื่อการส่งเสริมการขาย	-	-	0.803
15. ส่งเสริมการขายโดยกำหนดจากยอดของสินค้าที่จำหน่ายไม่ได้	-	-	0.688
16. ร่วมมือกับร้านค้าภายในศูนย์การค้าจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	-	-	0.672

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	Component	
	1	2
1. พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	0.859	-
2. พนักงานมีทักษะในการเจรจาต่อรองกับลูกค้า	0.845	-
3. พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการให้แก่ลูกค้า	0.837	-
4. พนักงานมีทักษะในการใช้คำพูดในการประสานงาน	0.829	-
5. พนักงานได้รับการประเมินตามผลการปฏิบัติงาน	0.792	-
6. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	0.704	-
7. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของงาน	0.701	-
8. พนักงานได้รับมอบหมายหน้าที่ที่เหมาะสม	0.616	-
9. พนักงานมีทักษะในการให้บริการ	-	0.880
10. พนักงานมีจิตบริการ	-	0.865
11. พนักงานได้รับการจัดสรรภาระงานอย่างเหมาะสม	-	0.836
12. พนักงานได้รับมอบหมายงานตรงกับความสามารถ	-	0.713

ตารางที่ 7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านการสร้างและนำเสนอด้านกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ด้านกายภาพ	Component		
	1	2	3
1. จัดวางผังพื้นที่ภายในศูนย์การค้าให้เป็นระเบียบ	0.845	-	-
2. จัดตกแต่งอาคารให้ทันสมัยเพื่อดึงดูดใจผู้มารับบริการ	0.833	-	-
3. จัดให้มีศูนย์บริการเพื่อช่วยเหลือลูกค้าตามจุดต่างๆ ที่สำคัญ	0.804	-	-

ตารางที่ 7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านการสร้างและนำเสนอด้านกายภาพ (ต่อ)

ด้านการสร้างและนำเสนอ ด้านกายภาพ	Component		
	1	2	3
4. จัดระบบอุณหภูมิภายในศูนย์การค้าให้เหมาะสม	0.725	-	-
5. จัดแสดงป้ายบอกทางต่างๆ ให้เห็นถูกต้องชัดเจน	0.717	-	-
6. จัดวางผังภายในศูนย์การค้าให้โปร่งโล่งมีอากาศถ่ายเทได้	0.716	-	-
7. จัดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ	0.715	-	-
8. จัดให้มีบริการอื่น ๆ เช่น Pay point การซื้อ-ขายตั๋วเดินทาง	0.714	-	-
9. จัดให้มีจุดพักผ่อนภายในศูนย์การค้าตามความเหมาะสม	-	0.851	-
10. จัดให้มีแสงสว่างภายในศูนย์การค้าที่เหมาะสม	-	0.848	-
11. จัดพื้นที่อาคารจอดรถให้มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	-	0.840	-
12. จัดระบบที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้พิการ ผู้สูงอายุ และหญิงมีครรภ์	-	0.624	-
13. จัดภูมิทัศน์โดยรอบให้มีความร่มรื่น	-	-	0.911
14. จัดภาพรวมพื้นที่โดยรอบศูนย์การค้าให้มีความสะอาดถูกสุขอนามัย	-	-	0.871
15. จัดให้พื้นที่ใช้สอยส่วนกลางมีความสะอาดเรียบร้อย	-	-	0.859

ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	Component	
	1	2
1. มีหน่วยประชาสัมพันธ์สามารถแจ้งข้อมูลแก่ผู้มาใช้บริการได้รวดเร็ว	0.888	-
2. มีเวลาเปิด-ปิดศูนย์การค้าที่ชัดเจน	0.869	-
3. มีระบบการชำระค่าเช่า-ค่าบริการสามารถทำได้รวดเร็ว	0.819	-

ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านกระบวนการ (ต่อ)

ด้านกระบวนการ	Component	
	1	2
4. มีวิธีการแก้ไขสถานการณ์รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์หากเกิดเหตุฉุกเฉิน	0.801	-
5. มีรถรับส่งบริการแก่ลูกค้าให้ไปยังจุดต่างๆ เช่น ศูนย์ราชการ หรือ BTS ใกล้เคียง	-	0.820
6. มีระบบที่ร้านค้าสามารถชำระค่าเช่า-ค่าบริการออนไลน์ได้	-	0.819
7. มีการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวสินค้า	-	0.778
8. มีบริการจัดส่งสินค้าออนไลน์เพื่อความสะดวก	-	0.720
9. มีขั้นตอนที่รวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่	-	0.640

ตารางที่ 9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน
ด้านเศรษฐกิจชุมชน

ด้านเศรษฐกิจชุมชน	Component
	1
1. สนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชน	0.907
2. มีพื้นที่เพื่อส่งเสริมการอบรมวิชาชีพให้แก่ชุมชน	0.902
3. สนับสนุนพื้นที่ในการวางขายสินค้าให้กับชุมชน	0.901
4. จัดทำโครงการเผยแพร่สินค้าของชุมชน	0.891
5. สนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชน	0.907

ตารางที่ 10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการ
ธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจ
ชุมชน ด้านคุณภาพชีวิตชุมชน

ด้านคุณภาพชีวิตชุมชน	Component
	1
1. เปิดโอกาสให้ความช่วยเหลือชุมชนในด้านการเสริมสร้างอาชีพ	0.886

ตารางที่ 10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน ด้านคุณภาพชีวิตชุมชน (ต่อ)

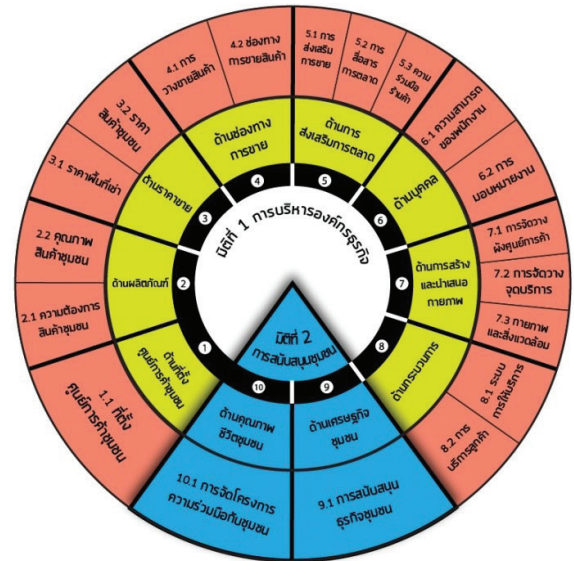
ด้านคุณภาพชีวิตชุมชน	Component
2. มีโครงการความร่วมมือกับชุมชนในกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.855
3. จัดให้มีหน่วยงานขององค์กรพบปะกับชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจ	0.850
4. ให้การสนับสนุนโครงการของชุมชน	0.840
5. ส่งเสริมให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น มีโครงการตรวจสอบสุขภาพ ทานอาหารกลางวัน	0.829

จากผลการจัดทำรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนซึ่งผ่านมติเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 2 มติ 10 องค์ประกอบหลัก 19 องค์ประกอบรอง 99 ตัวแปร ดังแสดงในรูปที่ 1

ผลการประเมินคู่มือแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน มีความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้ ร้อยละ 92.73

4. อภิปรายผลและสรุป

รูปแบบทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน พบว่า มติที่ 1 ด้านการบริหารองค์กรธุรกิจ มีองค์ประกอบที่เป็นด้านการตลาด 7 P ซึ่งพบว่ามีความสำคัญในการที่จะต้องเลือกที่ตั้งให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถทำการตลาดได้โดยเฉพาะในด้านราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคอมมูนิตีมอลล์ หรือศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครของ ตรีทิพ และ นวฉัตร [3] พบว่าความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านความคุ้มค่าในการใช้เงินซื้อสินค้าซึ่งสอดคล้องกับราคาจากผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ สามารถทำนายการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเนื่องจากค่าใช้จ่ายต่างๆ หากมีความเหมาะสมผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ก็สามารถทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการ



รูปที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชน

ได้แก่ 1) ด้านที่ตั้งศูนย์การค้าชุมชน 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านราคาขาย 4) ด้านช่องทางการขาย 5) ด้านการส่งเสริมการตลาด 6) ด้านบุคคล 7) ด้านการสร้างและนำเสนอกายภาพ และ 8) ด้านกระบวนการ ส่วนในด้านที่ตั้งศูนย์การค้าชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องวิธีการบริหารจัดการของบริษัทท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และระบบการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากของเอมมิกา และ ประสพชัย [4] ซึ่งการบริหารศูนย์การค้าชุมชนก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นแหล่งสัญนาการ จุดนับพบแหล่งซื้อสินค้ารับประทานอาหารถ่ายรูป หรือจะใช้เป็นสถานที่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจพบปะกับเพื่อนฝูงของครอบครัวจึงทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับสูงดังนั้นภาพลักษณะของศูนย์การค้าทั้งภายนอกและภายในจึงมีความสำคัญต่อการทำธุรกิจ

สำหรับมติที่ 2 ด้านการสนับสนุนชุมชน 1) ด้านเศรษฐกิจชุมชน 2) ด้านคุณภาพชีวิตชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของชุมชนของ

อภิญา [5] เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน โดยนำเสนอการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านต่างๆ คือ 1) การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ร่วมตัดสินใจ กำหนดความต้องการและร่วมมือในลำดับความสำคัญของความต้องการ 2) การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน ทรัพยากร และแหล่งวิทยากร 3) การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการ โดยร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการสร้างบทเรียนภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวิทยาศาสตร์ของจังหวัดเพชรบุรีของ มณฑล [6] ที่ผลจากการวิจัยสรุปว่ากระบวนการที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมคิดและร่วมตัดสินใจ การวางแผน และการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- 1) ควรต้องมีการทำการตลาดที่สอดคล้องกับความเศรษฐกิจของชุมชน โดยควบคุมและคัดเลือกตราสินค้าที่มีราคาและคุณภาพที่สมเหตุสมผลกับความสามารถในการซื้อของลูกค้า
- 2) ควรจ้างแรงงานจากชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นการพัฒนาชุมชน เช่น การจัดงานอบรมให้ความรู้ด้านการผลิต การจัดการองค์ความรู้ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้
- 3) ควรสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมให้ท้องถิ่นได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- [1] D. Chaisanit and S. Lertsawangkit, *Small Business Management*. Bangkok: Wangsuksorn, 1995 (in Thai).
- [2] W. Ketsing, *A Guide to Research*. Bangkok: Charoenpol publishing house, 2000 (in Thai).
- [3] T. Boonyam and N. Somboonsilp, "External factor influencing consumption behavior of community mall customers in Bangkok area," *Panyapiwat Journal*, vol.4, no.1, pp. 11–26, 2012.
- [4] E. Taengrod and P. Phasunon "The factors influencing consumer satisfaction to community mall in Bangkok," *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, vol. 8, no. 2, pp. 1783–1795, 2015.
- [5] A. Kansanaruk, "The model of participative management in effective organization at faculty level in higher education institutions," Ph.D. thesis, Department of Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University, 2001 (in Thai).
- [6] M. Jampaleong, "The causal relationship of factors affecting the effectiveness of homeschool management," *Journal of Educational Administration Burapha University*, vol. 2, no. 1, pp. 39–53, 2008.