

หัวข้อ	กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย
ชื่อนักศึกษา	ณิชภัทร อาจหาญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. กนกรส สุดประไพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

การศึกษามุ่ง 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจห้างสรรพสินค้า 2) วิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งต่อการแข่งขันของธุรกิจห้างสรรพสินค้า การวิจัยวิธีเชิงปริมาณเป็นหลัก โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าห้างสรรพสินค้าจำนวน 385 คน ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในประเทศไทยมีระดับความสำคัญมาก พบว่าด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดี ด้านการส่งเสริมคุณค่าให้ลูกค้า ด้านศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ 3) ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งต่อการแข่งขันของธุรกิจห้างสรรพสินค้า ประกอบด้วยด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดี ด้านศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการส่งเสริมคุณค่าให้ลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ ปัจจัยเหล่านี้รวมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 72.1

คำสำคัญ : กลยุทธ์การแข่งขัน, ห้างสรรพสินค้า