

เรื่องเล่าความสำเร็จของเจ้าของร้านขายผ้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ธนักร เสรพันธ์¹

พิทักษ์ ศิริวงศ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องเล่าชีวิตของเจ้าของร้านขายผ้า แนวทางแห่งความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของร้านขายผ้า ลูกค้า พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาประวัติชีวิตและเรื่องเล่า เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลวิจัยพบว่า เจ้าของมีความสำคัญในการบริหารกิจการ เนื่องจากเป็นผู้เริ่มกิจการร้านขายผ้าด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจ เพื่อต้องการสร้างฐานะความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เงินทุนในการเปิดกิจการมาจากเงินออมและการกู้ยืม มีปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจคือ คู่แข่งขายตัดราคา แต่เจ้าของก็หาทางออกโดยการขายสินค้าที่แตกต่าง สร้างกำไรให้กับร้านค้า ทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าคู่แข่ง เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลาย ทันสมัย ใช้ความซื่อสัตย์ จริงใจ ในการขาย ทำให้ร้านมีชื่อเสียงและดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี

คำสำคัญ : ความสำเร็จ ผ้า ธุรกิจ

Abstract

This paper aims to study "life history and narrative of success fabric entrepreneur" by focused on success, problems and obstacles in this business. The survey was conducted with 7 participants included fabric entrepreneur, Customer, staff and people who live in Amphoe Mueang Surat Thani. This research was qualitative research. Data were collected by participant observation and autobiography interview methods. The research found that fabric entrepreneur has been important to manage because he is an initiative business with commitment and determination. Funding for start-up comes from savings and loans. The problems and obstacles during business are the under sell of competitors but he found solved by selling alternative products which increase market share more than rival. Diversity of product, trendy brand and honesty have been influencing business's reputation for 30 years ago.

Keyword : Success; Fabric; Business

¹ นักศึกษาลูกศรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail : cherryyoki@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจมีหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน กิจการเจ้าของคนเดียว ฯลฯ แต่การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานทางด้านการจัดการ มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ คน เงิน วัสดุุดิบและความรู้ด้านการบริหารจัดการ (สมคิด บางโม, 2558) ซึ่งการประกอบธุรกิจในยุคนี้ถือว่าการประกอบธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันกันสูง เพราะมีการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน มีการเคลื่อนไหวของทุนอย่างเสรี ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงก่อให้เกิดความเป็นปัจเจกของคนมากขึ้น การตลาดรูปแบบเดิมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแบบการผลิตเป็นจำนวนมาก ได้เปลี่ยนเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแบบการผลิตตามความต้องการ คือต้องปรับเปลี่ยนสินค้าเพื่อตอบสนองลูกค้าในแต่ละกลุ่ม (กิตติภพ วรานุภาพกุล, 2556) ทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในแข่งขัน และสามารถรักษาสวนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ธุรกิจมีกำไรสูงสุด ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

ธุรกิจร้านขายผ้าเมตรเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ที่ทำกันภายในครอบครัว โดยดำเนินกิจการมากกว่า 30 ปี จากร้านเล็กๆ 1 คูหา กลายมาเป็น 3 คูหา ในช่วงระยะเวลา 10 ปี เป็นธุรกิจที่ยังไม่ได้เกิดการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่ก็เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าที่นิยมซื้อผ้าเมตร พิสูจน์ได้จากปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจฟองสบู่แตกขึ้นในประเทศไทย แต่ธุรกิจยังดำเนินการมาได้และได้มีภรรยาช่วยร้านค้าจาก 2 คูหา มาเป็น 3 คูหา ในเวลาเดียวกัน เป็นผลมาจากการค้าที่มีความซื่อตรง ซื่อสัตย์ ประหยัด มีวินัย จนทำให้กิจการมีความมั่นคงและยั่งยืนมาจนถึงยุคปัจจุบัน (วสันต์ อุวณิชย์กุล, 2560)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบในรูปแบบการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งความแตกต่างที่ทำให้ธุรกิจมีความพร้อมมากกว่าคู่แข่งอื่นๆในตลาด ตลอดจนศึกษาถึงอัตชีวประวัติของผู้ประกอบการ แนวทางความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เพื่อรับรู้ถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไข ปัญหาให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาถึง เรื่องเล่าความสำเร็จของเจ้าแกร้านขายผ้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง เรื่องเล่าความสำเร็จของเจ้าแกร้านขายผ้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมและมองหาช่องทางใหม่ๆสู่ตลาด เพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์ โดยองค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการมี 7 ประการ ดังนี้ (Miller, 1983)

1) การริเริ่มและการขยายธุรกิจ 2) การริเริ่มสิ่งใหม่ๆในธุรกิจ 3) การรับรู้การควบคุมตนเอง 4) การรับรู้การยอมรับทางธุรกิจ 5) มุมมองทางธุรกิจ 6) การยอมรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน 7) มีมุมมองต่อการจัดหาทรัพยากรใหม่

ซึ่งการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้ต้องรู้จักควบคุมตนเองให้อยู่ในกฎระเบียบที่วางไว้ให้ได้เสียก่อน เพื่อสร้างความ เป็นระเบียบแบบแผน จึงจะสามารถรับรู้และควบคุมการทำงานต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดผลตาม ที่คาดหวัง

วินิจ วีรยางกูร (2528) ให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า “ผู้ประกอบการที่แท้จริง คือ ผู้ที่มี ความคิดที่จะ ประกอบธุรกิจ แล้วทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา และบริหารธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาให้มีความก้าวหน้าและมั่นคง”

2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Entrepreneurial Success)

ในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นกิจในรูปแบบใด เป้าหมายสูงสุด คือ การประสบผลสำเร็จและเป็นไปตาม เป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาก็มีอยู่หลากหลายวิธี แต่วิธีที่ใช้กันแพร่หลายคือ การดูจากผลกำไรของ ธุรกิจ

สมชาติ กิจยรรยง (2546) ให้ความหมายคำว่า ความสำเร็จ หมายถึง การทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี แม้ความสำเร็จจะไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวที่เป็นสูตรสำเร็จเหมือนสูตรการคำนวณ หรือตารางธาตุทางเคมี แต่จากการ รวบรวมให้คำตอบคล้าย ๆ กันว่าบุคคลที่จะประสบความสำเร็จจะประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) มีความตั้งใจ แน่วแน่ มั่นคง เชื่อมั่น มีจุดหมาย มีใจรัก และเป็นตัวของตัวเอง 2) ทุ่มเวลาเป็นของมีค่าและไม่ผัดวันประกันพรุ่ง 3) มีความมานะ พยายาม อุตุน 4) ฝึกฝน ตั้งมั่น เตรียมพร้อม ตั้งตัว จริงจัง ขวนขวาย มุ่งหาความสำเร็จ ไม่รอโอกาส

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติภาพ วรานุภาพกุล (2556) ได้วิจัยเรื่อง “แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท เอสแอนด์ ที คอนแทมพ์ จำกัด” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ การเจาะตลาด การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นกลยุทธ์ในระยะสั้นและเร่งด่วน เพราะการ วางแผนทางธุรกิจของบริษัท เอสแอนด์ ที คอนแทมพ์ จำกัด ด้วยกลยุทธ์การเจาะตลาดเป้าหมายที่สำคัญ คือ การเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ตลอดจนสามารถแข่งขันกับคู่แข่งด้านการเข้าถึงที่รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง ทำให้บริษัทต้องเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์ระยะกลางเนื่องจากปกติบริษัทจะพัฒนา ปรับปรุงตลอดเวลา และจากการวิเคราะห์ปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มี ผลกระทบไม่เร่งด่วนเท่ากับช่องทางการตลาด ทำให้กลยุทธ์ดังกล่าวเป็นกลยุทธ์ในระยะกลาง ส่วนระยะสุดท้าย คือ กล ยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นกลยุทธ์ระยะยาว เนื่องจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคน เป็นปัญหาที่ต้องใช้เวลาใน การแก้ไข

ธนยศ ดอกดวง (2556) ได้วิจัยเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง รวมทั้งปัญหาการประกอบการตลาดศรีเมืองและแนวทางการแก้ไขปัญหา ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้บริหารตลาดได้นำมาใช้มีดังนี้คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างการออกแบบสถานที่ กลยุทธ์การกำหนดร้านค้าโดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่มาตลาดศรีเมืองต้องได้สินค้าครบทุกอย่าง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขาย กลยุทธ์รักษาสถานลูกค้าโดยจัดตั้งกลุ่มชาวเกษตรศรีเมืองขึ้น และปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการตลาดศรีเมืองคือ ปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน การเกิดขึ้นของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

พัชรวรรณ พสุธาพิทักษ์ (2555) ได้วิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัว ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการและขั้นตอนการผลิตผ้าทอคูบัว เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่ม และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอคูบัว ผลการวิจัยพบว่า ผ้าทอของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัวได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีการบอกต่อ กลุ่มสตรีคูบัว ได้นำแนวคิดเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่ม คือ ลักษณะเด่นของผ้าทอ (Product) ราคาของผ้าทอ (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัว แต่เนื่องด้วยในปัจจุบันค่าค่านิยมด้านการแต่งกายได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผ้าทอลดน้อยลง บวกกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า ทำให้การพัฒนาของกลุ่มเป็นไปอย่างล่าช้า

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. หัวข้อวิจัย

วิจัยหัวข้อ “เรื่องเล่าความสำเร็จของเจ้าแม่ร้านขายผ้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” เป็นการศึกษาถึงประวัติชีวิตของผู้ประกอบการร้านขายผ้าเมตร ถึงวิธีการก่อตั้ง การดำเนินธุรกิจไปในรูปแบบใด ที่ผ่านมาได้พบเจอกับปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้าง และมีแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เจออย่างไร จึงทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และยังคงดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นเวลา 30 กว่าปี

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) เป็นการแสวงหาความรู้ที่ได้มาจากความสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัยกับสิ่งที่วิจัย ไม่ว่าจะประเด็นปัญหาหรือผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีวิทยาแบบศึกษาประวัติชีวิตและเรื่องเล่า (Life History and Narrative Approach) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาที่อยู่ภายใต้กระบวนการทัศน์สร้างสรรค์สังคม เชื่อว่าความจริงไม่ใช่สิ่งที่ดำรงอยู่ในลักษณะที่เป็นวัตถุวิสัย (เนกาธรณ์ หนะวานนท์, 2554) โดยการดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เรื่องราวประวัติชีวิตเจ้าแม่ร้านขายผ้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการให้ความหมายประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิต และกระบวนการทางสังคมที่สร้างขึ้นมาจากปฏิบัติกันมาถึงปัจจุบัน จากจุดเริ่มต้นของการเป็นเจ้าแม่ร้านขายผ้า จนกระทั่งประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

2. พื้นที่ศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เลือกร้านสหกรณ์ ค้าผ้า พื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นสถานที่ดำเนินธุรกิจ

3. ประชากรและผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของกิจการที่ดำเนินธุรกิจเป็นเวลา 30 ปี 1 คน คนในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของกิจการ 2 คน พนักงานประจำ 2 คน ลูกค้าที่มาใช้บริการ 2 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยรวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและเรื่องเล่า ใช้รูปแบบคำถามแบบปลายเปิด มีการเก็บข้อมูลแบบการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลไว้ล่วงหน้า มีการวางแผนการเก็บข้อมูลและลงมือเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้ผู้วิจัยสามารถควบคุมการเก็บข้อมูลในสิ่งที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า การรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ บทความทางวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหา ซึ่งนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1 ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับผู้ให้ข้อมูลหลักโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยต้องเตรียมตัวให้พร้อมก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยเริ่มจากการแนะนำตนเองกับผู้ให้ข้อมูล สร้างบรรยากาศในการสัมภาษณ์แบบเป็นกันเอง จากนั้นบอกวัตถุประสงค์และขออนุญาตบันทึกข้อมูลเสี่ยงจากการสัมภาษณ์

5.2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบไม่มีโครงสร้าง ลักษณะคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล พร้อมถามคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับชีวประวัติ เรื่องเล่าชีวิตของการเป็นเจ้าแก้วนายผ้า แล้วเริ่มเข้าสู่ประเด็นการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

5.3 เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้มากที่สุดโดยไม่ตกหล่น เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถจดบันทึกได้ทั้งหมด

5.4 กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้เหตุการณ์หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและมีประโยชน์ต่อการวิจัย

5.5 เครื่องมือที่ช่วยในการจดบันทึก คือ สมุดและปากกา สำหรับจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งช่วยในการบันทึกคำพูดที่สำคัญ สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล

6. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

การตรวจสอบข้อมูลของการวิจัย ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการวิจัย โดยวิธีการแบบสามเส้าจะสะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลและผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริง โดยการตรวจสอบความถูกต้อง เปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่ง ทำให้ผู้วิจัยมั่นใจว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง มีวิธีการต่างๆ ดังนี้ (जरศักดิ์ บัระพันธ์, 2554)

6.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากหลากหลายแหล่งว่าเหมือนกันหรือไม่ ถ้าพบว่าได้ข้อมูลมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

6.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) เป็นการใช่วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต หรือข้อมูลจากเอกสาร จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บมาวิเคราะห์ว่ามีข้อสรุปแนวเดียวกันหรือไม่

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ที่นำมาใช้ในครั้งนี้นี้ คือ การนำเรื่องเล่ามาวิเคราะห์ (Analysis of Narrative) และการสร้างเรื่องเล่า จากการนำเรื่องเล่ามาวิเคราะห์ จะใช้ข้อมูลจากรื่องเล่าหลายๆ เรื่อง มาเป็นมโนทัศน์ต่างๆ และเชื่อมโยงมโนทัศน์เข้าด้วยกันตามประเด็นที่จะศึกษา บางครั้งการวิเคราะห์เช่นนี้ เรียกว่า การสร้างต้นแบบ (Paradigmatic Analysis) เป็นการสร้างข้อเสนองเชิงทฤษฎีจากข้อมูล โดยอาศัยความไวเชิงทฤษฎี การตีความ และการให้ความหมายกับข้อมูล (นากาธอร์น หะวานนท์, 2554) โดยการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการสังเกต การสัมภาษณ์ การถอดเทปคำสัมภาษณ์เรื่องเล่าที่เป็นตัวบท (Text) จะประกอบด้วยประโยคต่างๆ ถูกนำมาเชื่อมโยงในรูปแบบของถ้อยแถลง (Statement) โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ดังนี้

7.1 การเตรียมข้อมูลจากการถอดเทป ผู้วิจัยต้องถอดเทปด้วยตนเอง เพื่อให้ความครอบคลุมเนื้อหาสาระของข้อมูลมากที่สุด รวมถึงเข้าใจในข้อมูลที่ไม่ใช่มาจากคำพูด เช่น กริยา ท่าทาง ขณะสัมภาษณ์ที่ได้บันทึกไว้ด้วยมือในบางส่วน ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์ได้ผลมากขึ้น

7.2 การวางแผนการวิเคราะห์ข้อมูล ต้องทำความเข้าใจกับข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมด โดยอ่านข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาอย่างรวดเร็วก่อนเป็นครั้งแรก เพื่อให้มองเห็นภาพรวม และเมื่ออ่านจบจะเริ่มเห็นแนวทางในการจัดหมวดหมู่ และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้

7.3 การลงรหัสรอบที่หนึ่ง เมื่อถอดเทปจากการสัมภาษณ์และอ่านทบทวนแล้ว ผู้วิจัยลงรหัสข้อมูลในรอบแรก โดยกำหนดตามชุดของความหมาย และจัดเข้าเป็นหมวดหมู่ แล้วกำหนดรหัสให้กับหมวดหมู่ที่สร้างขึ้น โดยการตัดสินจากความหมายที่ใกล้เคียงและสอดคล้องกัน

7.4 การลงรหัสรอบที่สอง เป็นการตีความหมายที่ได้จากข้อมูลการจัดหมวดหมู่ในรอบแรก การลงรหัสรอบสองเป็นการเปรียบเทียบระหว่างหมวดหมู่ที่มีการจัดเอาไว้แล้ว โดยการผสมผสานเอาหมวดหมู่หลายๆ หมวดหมู่เข้าไว้ในประเด็นหลัก และประเด็นย่อย

7.5 การแปลความหมายและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นการสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักที่นักวิจัยพบในข้อมูล ในการเข้าใจความสัมพันธ์ต้องพัฒนาแนวความคิด การตีความหมายของประเด็นหลักที่สอดคล้องกับการจัดหมวดหมู่ที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ต้น แล้วนำมาสรุปเป็นผลการวิจัย โดยบรรยายแบบเรื่องเล่า เพื่อให้ทราบถึงประเด็นหลักเรียงตามประเด็นที่ศึกษา

ผลการวิจัย

1. วิถีชีวิตความเป็นอยู่และการเข้าสู่อาชีพ

1.1 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิตของผู้ให้ข้อมูลหลักในวัยเยาว์มีความเป็นอยู่ที่ค่อนข้างลำบาก พ่อแม่มีอาชีพทำสวน ทำไร่ ฐานะทางครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง แต่ด้วยการมีจำนวนพี่น้องจำนวน 7 คน ทำให้การศึกษาสูงสุดของผู้ให้ข้อมูลหลักคือชั้นประถมศึกษา เนื่องจากต้องเสียสละให้พี่น้องคนอื่นๆ ได้เรียนต่อ เพราะสมัยนั้นการเรียนจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และเงินทุนของครอบครัวก็มีจำกัด ทำให้ค่าใช้จ่ายในการศึกษาไม่เพียงพอจึงต้องออกจากโรงเรียน หลังจากเรียนจบชั้นประถมศึกษาก็ออกมาช่วยพ่อแม่ ทำสวน ทำไร่ แต่ด้วยภาวะทางเศรษฐกิจทำให้การทำสวนประสบปัญหาขาดทุน จึงจำเป็นต้องออกไปหางานทำที่อื่น

อยู่สวนตอนนั้นก็ยังมีแต่อดตาย เพราะยางที่ตัดมาได้ก็ราคาตก ออกไปหางานทำที่อื่นเถอะ ชีวิตมันน่าจะดีกว่านี้ (แดง, 2560)

1.2 การเข้าสู่อาชีพ จุดเริ่มต้นของการเข้าสู่อาชีพขายผ้า เริ่มมาจากการทำสวนขาดทุนจึงต้องออกจากบ้านเพื่อที่จะไปหางานทำ และได้ไปทำงานเป็นลูกจ้างร้านขายผ้าแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ๆ มีคนรู้จักทำงานอยู่ ซึ่งตอนนั้นผู้ให้ข้อมูลหลักอายุ 18 ปี เป็นลูกจ้างร้านขายผ้าอยู่ประมาณ 10 ปี ก็ได้ลาออกมาเปิดร้านขายผ้าเป็นของตนเอง เนื่องจากร้านขายผ้าที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นลูกจ้างได้ปิดกิจการลง เมื่อปีพ.ศ. 2526 เงินทุนเริ่มแรกที่ผู้ให้ข้อมูลหลักใช้เปิดกิจการมาจากเงินออมสมัยที่เป็นลูกจ้างประมาณ 100,000 บาท และเงินที่กู้ยืมมาจากญาติพี่น้องอีก 100,000 บาท โดยเริ่มจากการทำสัญญาเช่าบ้าน (อาคารพาณิชย์) 1 คูหา เป็นเวลา 3 ปี เพื่อเริ่มการค้า เมื่อการค้าสร้างผลกำไรผู้ให้ข้อมูลหลักจึงตัดสินใจขยายกิจการเป็น 2 คูหา และ 3 คูหาในปี พ.ศ. 2541

เดินหน้าแล้วจะไม่ถอยหลัง แม้ว่าทางจะมีอุปสรรคก็อดขวาง (รักษ์, 2560)

ซึ่งในช่วงเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลหลักขยายกิจการเป็น 3 คูหา นั้น เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตการณ์ฟองสบู่แตก กิจการหลายๆ กิจการปิดตัวลง การลงทุนชะงักงัน เศรษฐกิจย่ำแย่ แต่ผู้ให้ข้อมูลหลักก็สามารถฝ่าวิกฤตทางเศรษฐกิจนั้นมาได้ เนื่องจากการค้าขายที่มีความซื่อสัตย์ และซื่อตรง ไม่หลอกลวงลูกค้า ใช้ความจริงใจในการค้าขาย สินค้าชนิดไหนดีก็บอกดี ชนิดไหนเลวแบบกับบอกไปตามความเป็นจริง ทำให้ลูกค้าที่มีใช้บริการเกิดความประทับใจและบอกกันปากต่อปาก ส่งผลให้กิจการมีฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้ผ่านวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงนั้นมาได้

ปัจจุบันผู้ให้ข้อมูลหลักทำอาชีพขายผ้าเป็นอาชีพหลักมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี มีรายได้เฉลี่ยหลังหักค่าใช้จ่ายเดือนละประมาณ 200,000 บาท ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีรายได้ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่อยู่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เช่นบางเดือนก็จะมีรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนยางพารา ทำสวนผลไม้ ทำการประมง เดือนไหนที่ผลประกอบการทางด้านเกษตรหรือการประมงไม่ดี รายได้ของร้านค้าก็จะแปรผันตาม เพราะลูกค้าไม่ออกมาใช้จ่าย ทำให้ยอดขายของร้านลดลง แต่ถ้าช่วงไหนที่ผลประกอบการทางด้านเกษตรหรือการประมงดี รายได้ของร้านก็จะดีตามไปด้วย

เพราะความใส่ใจในการบริการและเป็นกันเอง ทำให้ป่าไว้ใจที่จะซื้อผ้าจากร้านนี้ (จี้, 2560)

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางแก้ไขปัญหาของเจ้าแก่วัยชายผ้า แบ่งออกเป็นด้าน ดังนี้

2.1 ด้านต้นทุนสินค้า เป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากสินค้าแต่ละประเภทจะมีต้นทุนสินค้าที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับแหล่งที่ผลิต วัสดุที่ใช้ในการผลิต เช่น สินค้าที่มีแหล่งที่มาจากประเทศจีน ก็จะมีต้นทุนต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตจากประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น ทำให้การเลือกสินค้านำมาขายต้องมีการพิจารณาถึงความคุ้มค่าระหว่างสินค้ากับราคา และความต้องการของตลาด ว่าจะสามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้มากน้อยเพียงใด จึงจะสามารถนำสินค้านั้นมาวางจำหน่ายได้ แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนของเจ้าแก่วัย คือ การสั่งผ้าโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งจากร้านผ้าที่ค้าส่งโดยตรง เพื่อไม่ให้ผ่านพ่อค้าคนกลางและช่วยลดต้นทุนที่จะเกิดขึ้นจากการซื้อผ่านจากร้านนายหน้า

2.2 ด้านคู่แข่งทางการค้า ในปัจจุบันร้านขายผ้าเมตรไม่ได้เป็นธุรกิจที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ จึงทำให้ร้านที่เปิดใหม่มีน้อยมาก หรืออาจจะไม่มีเลย เพราะในยุคนี้คนนิยมใส่เสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าเสื้อผ้าที่มาจากกาจางตัดรายบุคคล ทำให้ร้านค้ารายใหม่ไม่นิยมลงทุน แต่ร้านขายผ้าของเจ้าแก่วัยก็มีคู่แข่งที่เปิดมาก่อน ซึ่งจะแข่งขันทางด้านราคาสินค้า มีการขายตัดราคากันเกิดขึ้น กล่าวคือสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีแหล่งผลิตคนละที่ ทำให้ต้นทุนต่างกัน ร้านคู่แข่งอาจสั่งสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่า ทำให้ขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าได้ ต่างจากร้านเจ้าแก่วัยที่สั่งสินค้าที่มีคุณภาพทำให้มีต้นทุนที่สูงกว่า ราคายกก็ต้องสูงตามไปด้วย เหตุผลข้อนี้ อาจทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจ หากไม่มีการอธิบายอย่างชัดเจน เจ้าแก่วัยจึงมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ พยายามหาสินค้าที่แปลกใหม่ ละมีรูปแบบที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาขายตัดราคากัน ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ดีอีกด้วย

2.3 ด้านการบริหารงาน เจ้าแก่วัยจะแจกแจงงานให้แต่ละบุคคลไปทำ แต่ในบางครั้งลูกจ้างก็ทำงานได้ไม่เต็มความสามารถ อาจคิดว่าทำแค่หน้าที่ตนเองไม่ต้องรับรู้หน้าที่อื่นๆ จึงทำให้บางครั้งสินค้าภายในร้านขาดแคลน ส่งผลให้ร้านค้าเสียโอกาสในการสร้างรายได้ ดังนั้นเจ้าแก่วัยจึงพยายามทำหน้าที่ตั้งแต่การสั่งสินค้าเข้ามาขายในร้าน จนกระทั่งไปขายสินค้าให้กับตัวลูกค้าเอง เพื่อที่จะทำให้รับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า และปัญหาต่างๆ ในการขายสินค้า ทำให้มีการแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุดและเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ปัญหาต่างๆ ได้รับการแก้ไขอย่างทันเวลา ไม่ส่งผลให้ธุรกิจติดชะงัก และยังไม่เสียโอกาสในการขายสินค้า

3. ความสำเร็จของเจ้าแก่วัยชายผ้า

เริ่มต้นจากการเป็นลูกจ้าง แต่ตัวเจ้าแก่วัยเองก็มีความทะเยอทะยานที่จะสร้างฐานะ ให้มีความมั่นคงกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อต้องการสร้างอนาคตให้กับครอบครัวและลูกหลานให้มีความสุขความสบายไม่ต้องทนทำงานหนักลำบากเหมือนตนเอง ซึ่งการที่จะเป็นเจ้าแก่วัยได้นั้นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ คือ ความซื่อสัตย์ เจ้าแก่วัยเน้นเรื่องนี้มากที่สุด เพราะจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ยาวนาน หากใช้ความจริงใจในการประกอบอาชีพ ก็จะได้รับคามไว้วางใจจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เมื่อลูกค้ารู้จักมากขึ้นจากการบอกต่อ ก็ทำให้ธุรกิจเติบโตและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ในการเป็นเจ้าแก่วัยที่ต้องสามารถทำหน้าที่ได้ทุกหน้าที่ เพื่อให้งานเดินหน้าต่อไปได้ แม้ว่าจะเกิดปัญหาหรืออุปสรรค ก็จำเป็นต้องหาทางแก้ไขให้ทันท่วงทีเพื่อความอยู่รอดของกิจการ และความเป็นอยู่ของคนที่เกี่ยวข้อง เช่นนี้จึงทำให้ร้านผ้าของเจ้าแก่วัยมีการดำเนินธุรกิจได้ยาวนานถึง 30 กว่าปี นี้ก็แสดงให้เห็นว่าในการประกอบอาชีพ หากใส่ใจและตั้งใจที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ เจ้าของกิจการควรจะเป็นทั้งนายจ้างและลูกจ้างในเวลาเดียวกัน ไม่ควรหวังพึ่งใครในการทำงาน แต่จงพึ่งตนเองมือของตัวเอง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า เจ้าของร้านขายผ้าประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเรื่อง คู่แข่งทางการค้า จึงต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาเป็นส่วนในการช่วยบริหารกิจการสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนยศ ดอกดวง (2556) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบและ กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า กลยุทธ์ที่ผู้บริหารตลาดนำมาใช้คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่มาตลาดศรีเมือง ต้องได้สินค้าครบทุกอย่าง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขาย กลยุทธ์รักษาสถานลูกค้า ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ พัชรวรรณ พสุธาพิทักษ์ (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัว ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลพบว่า ผ้าทอของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัวได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีกรบอติดต่อ กลุ่มสตรีคูบัว ได้นำแนวคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) คือ ลักษณะเด่นของผ้าทอ (Product) ราคาของผ้าทอ (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานทำให้ประสบผลสำเร็จ ส่วนลักษณะของผู้ประกอบการที่พบว่า เจ้าของร้านขายผ้ามีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดของ วินิจ วีระยากร (2528) ที่ให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการที่แท้จริง คือ ผู้ที่มี ความคิดที่จะประกอบธุรกิจ แล้วก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา และบริหารธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาให้มีความก้าวหน้าและมั่นคง

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า เจ้าของร้านขายผ้ามีความสำคัญในการบริหารกิจการตั้งแต่องานเล็กๆ จนถึงงานที่ต้องใช้ความรับผิดชอบสูง เนื่องจากเป็นผู้ริเริ่มกิจการร้านขายผ้าด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจ เพื่อต้องการสร้างฐานะความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และเจ้าของหวังว่ากิจการที่ตนเองสร้างขึ้นนั้นจะได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อไม่ให้อาชีพนี้หายไปตามเวลา ด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่พบเจอคือ ด้านต้นทุนสินค้า ที่มีแหล่งที่มาจากหลากหลายแหล่งทำให้ต้นทุนสินค้าไม่คงที่ เมื่อนำมาขายราคาที่ยากก็ไม่เท่ากัน แม้ว่าจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งราคาต้นทุนของสินค้าก็ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ในการผลิต อีกหนึ่งปัญหาที่เจอคือ ปัญหาคู่แข่งทางการค้า เมื่อมีร้านขายผ้าหลายร้านเปิดในบริเวณเดียวกัน ปัญหาคู่แข่งที่เกิดขึ้นก็เกิดจากการขายสินค้าตัดราคากัน โดยไม่สนว่าสินค้านั้นจะมีแหล่งผลิตมาจากที่ไหน บางครั้งสินค้าแบบเดียวกัน แต่มีของเลียนแบบออกมา ทำให้ขายได้ในราคาที่ต่ำกว่า เจ้าของจึงต้องพยายามหาสินค้าที่ไม่ซ้ำตามท้องตลาด อาจจะเป็นสินค้านำเข้า หรือสินค้าที่หาได้ยากกว่าปกติมาขาย เพื่อหลีกเลี่ยงการขายสินค้าแบบเดียวกัน

ในการทำธุรกิจแม้ว่าเจ้าของจะประสบปัญหามากเพียงไร แต่เจ้าของก็บริหารงานด้วยความรอบคอบและเอาใจใส่ในฐานะเจ้าของกิจการ มีการวางแผนการดำเนินงานที่รัดกุมในเรื่องของต้นทุนสินค้าค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดจากปัญหาวิกฤตต่างๆ ที่ประเทศไทยเคยประสบ ส่งผลให้ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจลดน้อยลงจนนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและมีชื่อเสียงยาวนานถึง 30 ปี โดยที่ธุรกิจยังเป็นธุรกิจของครอบครัว และไม่มีหนี้สินกับธนาคาร ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับการที่เจ้าของทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจให้ธุรกิจดำเนินหน้าได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยอาศัยหลักการที่ว่า ก้าวช้าๆ แต่ก้าวได้นาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน มีประสิทธิภาพสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งในระดับภูมิภาคเดียวกันแต่เนื่องจากประเทศผู้ผลิตรายใหม่มีการขยายกำลังผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมนี้ของไทยไม่สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวทางเดิม ด้านต้นทุนแรงงานที่ถูกและกำลังการผลิตที่สูงเพียงอย่างเดียว ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งจากจีนและเวียดนาม ที่สามารถผลิตเครื่องนุ่งห่มในต้นทุนที่ต่ำกว่า ตลาดเครื่องนุ่งห่มของไทยจึงเต็มไปด้วยสินค้าจากทั้งสองประเทศดังกล่าว ดังนั้นหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงปัญหาดังกล่าว ควรจะดำเนินการแก้ไขปัญหา เพื่อให้อุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยอยู่รอดในยุคของการเปิดประเทศ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการปรับตัวของร้านขายผ้าให้เข้ากับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นที่น่าพอใจในการดำเนินธุรกิจ สร้างรายได้ให้กับเจ้าของกิจการ และในอนาคตควรศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เพราะนำไปใช้อ้างอิงประโยชน์ได้มาก

บรรณานุกรม

- กิตติภาพ วรานุภาพกุล. (2556). (การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ของบริษัท เอส แอนด์ ที คอนเท็กซ์ จำกัดบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ., มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์ .(2554). วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิดสถาบันนวัตกรรมการ :นครปฐม . เรียบรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนยศ ดอกดวง. (2556). รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี .บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภาพรณ์ หะวานนท์ และคณะ. (2554). การสร้างความฉลาดเรื่องเพศในวัฒนธรรมบริโภคกรุงเทพมหานคร.: เอเอ็นที ออฟฟิศเอ็กเพรส
- พัชรวรรณ พสุธาพิทักษ์. (2555). กลยุทธ์ทางด้านการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าคูบัว ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วินิจ วีรยางกูร) .2528(. การบริหารธุรกิจขนาดย่อมกรุงเทพฯ .: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วสันต์ คู่วณิชกุล(สัมภาษณ์) ., 20 มีนาคม 2560.
- สมคิด บางโม. (2558องค์การและการจัดการ .(. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์
- สมชาติ กิจจรรยง) .2546). MLM ธุรกิจสร้างสรรค์ธุรกิจ:กรุงเทพมหานคร . อินฟอรมีเดีย บั๊คส์.
- Miller, Danny. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management Science, 29(7), pp.770-791.