

ผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส
ของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่
Business impact affecting business operations based on the Canvas Model
of modern trade construction materials store

ศุภศักดิ์ บุญดี

Supasak Boondee

ธนาเดช ธนาธารชอุทัย

Thanadat Thanathanchuchot

ณภิชสรา อารยาโชคสกุล

Naaphitsara Arayachosagul

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Rajamangala University of Technology Krungthep

E-mail: W.supasak@gmail.com



Received: 9 December 2023; Revised: 26 April 2024; Accepted: 29 April 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับผลกระทบทางธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส (2) การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบทางธุรกิจกับปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลกับผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ จำนวน 385 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ และปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 และ 3.98 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .743 และ .819 ตามลำดับ (2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจ (Sig.=.000) ด้านการเมืองและกฎหมาย (Sig.=.000) ด้านเทคโนโลยี (Sig.=.000) และด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sig.=.010) พยากรณ์การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ได้ร้อยละ 64.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผลกระทบทางธุรกิจ; แบบจำลองธุรกิจแคนวาส; ร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

Abstract

This research aimed to study: (1) the level of business impact and conducting business according to the canvas model; (2) business operations according to the canvas model separated by personal factors; and (3) to present the relationship between business impacts and business operating factors based on the canvas model. This research is quantitative. The tool used in this research was a questionnaire. Data was collected from 385 people who made purchase decisions at modern construction materials stores using a systematic sampling method. The statistics of this research are frequently, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis.

The results of the research found that: (1) the level of business impact factors and business factors according to the Canvas business model concept. The overall at a high level. The means are 3.68 and 3.98, respectively, and the standard deviations are .743 and .819, respectively; (2) personal factors by gender, age, education level, occupation, and average monthly income Affecting business operations according to the canvas model of a modern construction material store was statistically significant at the .05 level; and (3) business impact factors were economic (Sig.=.000), political and legal (Sig.=.000), technological (Sig.=.000), and social and cultural (Sig.=.010) Forecast business operations according to the canvas model of modern construction material stores were 64.10 percent with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Business Impact; business model Canvas; modern trade construction materials store

บทนำ

การพัฒนาธุรกิจเพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน ถือเป็นพันธกิจอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ หรือผู้บริหาร ทุก ๆ คนที่ต้องปฏิบัติอยู่ตลอดเวลาในการอยู่รอดของธุรกิจ โดยสำหรับอุตสาหกรรมร้านวัสดุก่อสร้าง ถือเป็นร้านค้าที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการพัฒนาเมืองและที่อยู่อาศัย เพราะวัสดุก่อสร้างถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานต่อการพัฒนาเมืองของรัฐ และยังเป็นดัชนีชี้วัดในการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนเมือง โดยเมื่อศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมร้านวัสดุก่อสร้างตั้งแต่ช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2560 มีร้านวัสดุก่อสร้างเกิดขึ้นและขยายตัวมากมายทั้งที่เป็นร้านค้าจดทะเบียนพาณิชย์และร้านค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ แต่ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ การพัฒนาร้านค้าวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุดนั้นไม่ใช่ได้เรื่องง่าย จำเป็นที่จะต้องพัฒนาคุณภาพของสินค้าด้วยเช่นกัน (กฤติดา พองจันทร์, 2564) ดังนั้นจึงเกิดเป็นแนวคิดร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ คือ การเข้าร่วมประเมินการก่อสร้างให้กับลูกค้า การหาช่างรับเหมาเข้ามาเป็นพาร์ตเนอร์เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้อย่างครบวงจร ซึ่งจากการศึกษาพบว่าธุรกิจวัสดุก่อสร้างแบบโมเดิร์นเทรด 2564 มีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุด สาเหตุมาจากผู้ประกอบการหลายรายมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในเขตกรุงเทพฯ และยังมีอัตราการขยายตัวไปในจังหวัดหัวเมืองรอง ประกอบกับแผนการลงทุนโครงสร้างของภาครัฐที่ต้องการขยายและกระจายความเจริญออกสู่ต่างจังหวัดที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความต้องการซ่อมแซม หรือตกแต่งที่อยู่อาศัยของบุคคล รวมทั้งการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ระดับ High-end ส่งผลให้มีการต้องการซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น (ฉัตรแก้ว ชิมะบุตร, 2565) โดยข้อมูลอัตราการเติบโตของธุรกิจก่อสร้างสมัยใหม่คาดการณ์จากศูนย์วิจัยกสิกรพบว่า ภายในปี พ.ศ. 2567 จะเติบโตประมาณร้อยละ 10 จากปัจจัยการเพิ่มสัดส่วนสินค้า House Brand และการควบคุมการวางแผนด้านการจัดซื้อ การลดต้นทุนโลจิสติกส์ และการเจรจาต่อรองกับซัพพลายเออร์ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ, 2565)

เมื่อศึกษารายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับอัตราการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่ เลือกขยายสาขาออกไปต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้นและทำการเลือกจังหวัดที่มีอัตราการเติบโตของภาคการก่อสร้างและธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ รวมถึงพื้นที่ในเขตเมืองที่ผู้บริโภคที่กำลังซื้อที่สูงขึ้น ส่งผลให้สินค้าวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าประเภทโมเดิร์นเทรด เน้นขยายสาขากับโมเดลธุรกิจที่ถูกลง ทำให้ต้นทุนในการลงทุนด้านการก่อสร้างอาคารสถานที่ค่อนข้างต่ำ และส่งผลให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์สูงกว่าร้านในรูปแบบปกติ ผู้ประกอบการบางรายเริ่มมีแผนขยายช่องทางขายใหม่ ๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่ปัจจุบันถือว่าเป็นช่องทางที่สำคัญนอกเหนือจากช่องทางซื้อขายผ่านหน้าร้านแบบปกติ บางรายมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่เป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง (วชิพรรณ ลิขิตวัฒนโสภณ, 2565) ทั้งนี้สำหรับปัจจัยเสี่ยงต่อการขยายสาขาของกลุ่มอุตสาหกรรมร้านวัสดุก่อสร้างที่พบว่าเป็นปัจจุบันนี้ คือ ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการต่างขยายสาขาโดยเฉพาะพื้นที่ต่างจังหวัด รวมทั้งจัดงานแฟร์ ออกโปรโมชันสินค้าราคาพิเศษ ส่วนลด และของแถมตามเทศกาล ตลอดจนการทำตลาดออนไลน์เพื่อเจาะลูกค้ากลุ่มใหม่ กำลังซื้อของผู้บริโภคในบางกลุ่มโดยเฉพาะในภาคการเกษตรยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน ทำให้บางจังหวัดไม่สามารถขยายสาขาและประสบความสำเร็จอย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้ (กฤติดา พองจันทร์, 2564)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยที่กำลังขยายสาขามีความพยายามอย่างสูงในการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของกันและกัน และปัญหาในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่อาจไม่สามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยทางบริษัทไม่สามารถแข่งขันได้ และต้องออกจากตลาดไป สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัญหาให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจ จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาการแข่งขันของธุรกิจวัสดุก่อสร้างของร้านค้าสมัยใหม่ที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างของร้านค้าสมัยใหม่ที่เป็นร้านดาวรุ่งดวงใหม่ที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.9 ซึ่งเป็นลำดับ 4 ของตลาดค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง จึงจัดทำงานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่” ขึ้น โดยจะใช้แนวคิดทฤษฎีตัวแบบธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจวัสดุก่อสร้างของร้านค้าสมัยใหม่ให้มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ สังคม ชุมชน และประเทศไทยโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลกระทบทางธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบทางธุรกิจกับปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ายร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ จำนวน 9,857 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ 385 คน ด้วยวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากแนวคิดของ Taro Yamane (1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2-3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบทางธุรกิจ และปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

โดยตอนที่ 2-3 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยข้อคำถามที่ใช้เป็นมาตราส่วนประมาณค่าในการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (Likert Scale)

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบทางธุรกิจ และปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปรและดัชนีชี้วัด

2) สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัด โดยภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งขอความอนุเคราะห์กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายชื่อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามจะพิจารณาเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.5 โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อคำถามอยู่ที่ 0.67-1.00 ทุกข้อคำถาม (Hambleton & Cook, 1977)

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหาทำการทดสอบค่า Tryout จำนวน 30 คน จากลูกค้าร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ เพื่อนำคำตอบมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดย

การหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2006; Nunnally, 1978) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งสูงกว่า 0.70 ทุกข้อคำถาม แสดงว่าเครื่องมือสามารถนำไปใช้ได้ (Hair et al., 2014)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

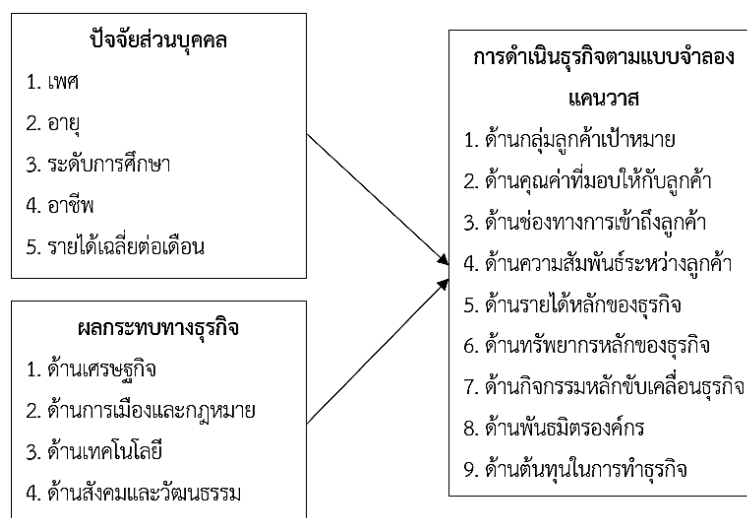
- 1) เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2566
- 2) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลคือประชากรที่เป็นลูกค้าร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล
- 2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลกระทบทางธุรกิจ และปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส ของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร
- 3) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) และสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำมาพัฒนาประยุกต์สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน (ร้อยละ 59.2) อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 167 คน (ร้อยละ 43.4) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน (ร้อยละ 49.9) อาชีพส่วนใหญ่ คือ ผู้รับเหมาก่อสร้าง จำนวน 154 คน (ร้อยละ 40.0) และรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 181 คน (ร้อยละ 47.0)

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยของตัวแปร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1.

ตารางที่ 1. ระดับของปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ และปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผลกระทบทางธุรกิจ			
ด้านเศรษฐกิจ	3.75	.782	มาก
ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.49	.641	มาก
ด้านเทคโนโลยี	3.82	.812	มาก
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.67	.735	มาก
รวม	3.68	.743	มาก
การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่			
ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	3.99	.766	มาก
ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า	4.01	.802	มาก
ด้านช่องทางเข้าถึงลูกค้า	4.05	.819	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า	4.16	.884	มาก
ด้านรายได้หลักของธุรกิจ	4.18	.892	มาก
ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ	3.85	.762	มาก
ด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ	3.91	.809	มาก
ด้านพันธมิตร	4.00	.843	มาก
ด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ	3.75	.793	มาก
รวม	3.98	.819	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า (1) ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D.=.743) เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปจนน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}=3.82$, S.D.=.812) รองลงมา คือ ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X}=3.75$, S.D.=.782) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.67$, S.D.=.735) และ ด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X}=3.49$, S.D.=.641) ตามลำดับ และการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=.819) เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปจนน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านรายได้หลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.18$, S.D.=.892) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ($\bar{X}=4.16$, S.D.=.884) ด้านช่องทาง

เข้าถึงลูกค้า ($\bar{X}=4.05$, S.D.=.819) ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ($\bar{X}=4.01$, S.D.=.802) ด้านพันธมิตรองค์กร ($\bar{X}=4.00$, S.D.=.843) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ($\bar{X}=3.99$, S.D.=.766) ด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ ($\bar{X}=3.91$, S.D.=.809) ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ ($\bar{X}=3.85$, S.D.=.762) และด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ ($\bar{X}=3.75$, S.D.=.793) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test	F-test	ปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่	แปลผล
เพศ	2.617		.032*	สนับสนุน
อายุ		3.450	.036*	สนับสนุน
ระดับการศึกษา		3.754	.032*	สนับสนุน
อาชีพ		2.498	.049*	สนับสนุน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		4.221	.026*	สนับสนุน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig	Results
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่ (Constant)	.795	.094			2.765	.010*	
1. ด้านเศรษฐกิจ	.704	.098	.688		5.118	.000*	ส่งผล
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย	.845	.425	.794		4.968	.000*	ส่งผล
3. ด้านเทคโนโลยี	.658	.219	.621		3.970	.000*	ส่งผล
4. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.836	.357	.802		2.602	.010*	ส่งผล
R=.698	R ² =.645		Durbin Watson=3.63				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (t=5.118, Sig.=.000) ด้านการเมืองและกฎหมาย (t=4.968, Sig.=.000) ด้านเทคโนโลยี (t=3.970, Sig.=.000) และด้านสังคมและวัฒนธรรม (t=2.602, Sig.=.010) พยากรณ์การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ได้ร้อยละ 64.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

อภิปรายผล

งานวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ พบว่า ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก ผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ จะตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้ในการก่อสร้างจะพิจารณาถึงคุณภาพสินค้า ราคา ความคงทนของสินค้า และการบำรุงรักษา โดยส่วนใหญ่บุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านค้าสมัยใหม่จะเป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง เนื่องจากเป็นบุคคลที่ต้องการหาแหล่งวัสดุที่มีคุณภาพตลอดเวลา อีกทั้งผู้ที่เข้ามาซื้อจะเป็นเพศชาย เพราะเป็นบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญด้านการก่อสร้าง อายุของผู้รับเหมาก่อสร้างส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีการศึกษาจบด้านวิศวกรรมในระดับปริญญาตรี เป็นบุคคลที่วิเคราะห์การก่อสร้าง การมองหาวัสดุก่อสร้างได้ดี ดังนั้นบุคคลเหล่านี้จะทำการตัดสินใจซื้อของภายในร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาโนช บุญประสิทธิ์ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสวัสดิการกรมการสื่อสารทหารกองบัญชาการกองทัพบกไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน อาชีพ ตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสวัสดิการกรมการสื่อสารทหารกองบัญชาการกองทัพบกไทย เป็นผลมาจากการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงประชาชน ผ่านหลักการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาคุณภาพของน้ำมันในราคาที่จับต้องได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ กาญจนางกูรพันธุ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในช่องทางการจำหน่ายแนวใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาเลือกมาใช้บริการจากร้านวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการรับเหมาก่อสร้าง ที่มีอายุส่วนใหญ่ระหว่าง 41-50 ปี ซึ่งบุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านวัสดุก่อสร้าง จะมองหาคุณภาพของสินค้าที่เหมาะสมและสอดคล้องกับราคา ความคงทนของวัสดุก่อสร้างที่นำไปใช้งาน การบำรุงรักษา และการใช้งาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับการทำการตลาดและการนำเสนอกลยุทธ์เพื่อเรียกให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเป็นลูกค้า ผ่านการใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำภายในอนาคต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยุทธ์ เรื่องศิริวัฒน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับตกแต่งภายใน กล่าวว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับตกแต่งภายใน เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาที่สูง จะได้รายได้ที่สูงตาม บุคคลเหล่านี้มีความต้องการวัสดุที่มีคุณภาพอย่างสูงสุด คงทน ทนสมัย และเข้ากับลักษณะ

การใช้ชีวิตของตนเองได้ดี ซึ่งผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับตกแต่งภายในส่วนใหญ่ผู้ที่ตัดสินใจเลือกจะเป็นเพศชาย ที่มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ พบว่า ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี และด้านสังคมและวัฒนธรรม พยากรณ์การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ได้ร้อยละ 64.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการจ้างงานของผู้รับเหมาก่อสร้างที่จะเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ทั้งนี้ในการดำเนินการวางแผนโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส จึงจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยดังกล่าวเพื่อช่วยให้สามารถทำการตลาด และส่งเสริมการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการอาศัยปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจผ่านสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายนอกที่ร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ไม่สามารถควบคุมได้จึงถือเป็นการวางแผนกลยุทธ์และมีความสัมพันธ์กันต่อการกำหนดโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติดา พองจันทร์ (2565) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม กล่าวว่า ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรายย่อย ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจด้วยกิจกรรมหลักประกอบด้วย ด้านห่วงโซ่อุปทาน คือ การเลือกซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่าย ด้านการจัดการ คือ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีการทำระบบสต็อกสินค้าและการแบ่งหน้าที่พนักงานให้ชัดเจน และการกำหนดราคาและการบริหารจัดการด้านการเงิน สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างกลยุทธ์ผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและการวางแผนภายในองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรพรรณ ลิขิตวัฒน์โสภณ (2565) ได้ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง กล่าวว่า ปัจจุบันร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างแบบเดิมเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากการขยายการลงทุนของร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบใหม่ (Modern Trade) ทั้งในส่วนของความต้องการสินค้า ราคา และบริการ ดังนั้นการวางแผนเพื่อรองรับกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์ผ่านการเขียนแผนภาพงานขององค์กรทั้งหมดเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องความหลากหลายของสินค้า ประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม สิ่งเหล่านี้จะช่วยเสริมจุดแข็งขององค์กรและช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรแก้ว ชิมะบุตร (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัสดุก่อสร้างในร้านค้าปลีก และการปรับตัวของร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม กล่าวว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ส่งผลให้ธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีจำนวนเพิ่มขึ้น ดังนั้นในการอยู่รอดของธุรกิจ ทางธุรกิจจำเป็นที่จะต้องกำหนดกลยุทธ์ผ่านการวางแผนด้วยวิธีการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน เงินทุน จุดแข็งองค์กร รวมถึงสินค้าที่เสนอขาย ไปพร้อมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ คู่แข่ง เศรษฐกิจ สังคม ค่าเงิน ค่านิยม การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมากำหนดโครงสร้างในการทำตลาดของธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง การให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ก็มีส่วนในการช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาณี ทองเปล่งศรี (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวยุทธศาสตร์ของธุรกิจกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศไทย เพื่อรองรับการแข่งขันจากสาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวว่า กลยุทธ์การเติบโตด้วยธุรกิจใหม่ (Diversification) เป็นกลยุทธ์การเติบโตด้วยสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันต่อคู่แข่งผ่านการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจแบบแคนวาส ด้วยการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนภายในองค์กร การมองหากลุ่มเป้าหมายและสร้างความแตกต่างของ

ผลิตภัณฑ์ การนำเสนอคุณภาพของสินค้า การรับประกัน และช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรและการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่กลายมาเป็นลูกค้าขององค์กรในอนาคต

สรุป

ผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่พบว่า

1. ปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปจนน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}=3.82$) รองลงมา คือ ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X}=3.75$) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.67$) และด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X}=3.49$) ตามลำดับ
2. การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปจนน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านรายได้หลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.18$) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ($\bar{X}=4.16$) ด้านช่องทางเข้าถึงลูกค้า ($\bar{X}=4.05$) ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ($\bar{X}=4.01$) ด้านพันธมิตรองค์กร ($\bar{X}=4.00$) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ($\bar{X}=3.99$) ด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ ($\bar{X}=3.91$) ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ ($\bar{X}=3.85$) และด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ ($\bar{X}=3.75$) ตามลำดับ
3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ และปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ($t=5.118$, $\text{Sig}=.000$) ด้านการเมืองและกฎหมาย ($t=4.968$, $\text{Sig}=.000$) ด้านเทคโนโลยี ($t=3.970$, $\text{Sig}=.000$) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ($t=2.602$, $\text{Sig}=.010$) พยากรณ์การดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ได้ร้อยละ 64.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ กล่าวได้ว่า ธุรกิจจะสามารถประสบความสำเร็จได้ ผู้บริหารหรือเจ้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้างจำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ผ่านแนวคิดทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ทั้งนี้ในการวางแผนกลยุทธ์ผ่านการโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส จำเป็นจะต้องอาศัยเรื่องของการเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี และสังคมและวัฒนธรรม เพื่อช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและนำไปสู่การสร้างธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

- 1) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของปัจจัยผลกระทบทางธุรกิจ บริษัทควรปรับปรุงการสร้างประสบการณ์ที่ดีโดยการสร้างประสบการณ์ที่ดี จัดทำมุมกาแฟ ชา น้ำดื่ม และ บะหมี่สำเร็จรูปบริการแก่ลูกค้าที่นั่งรอคอย จัดช่างไปออกแบบ วัด ประเมินการใช้วัสดุ ไปบริการถึงบ้านฟรี จัดกิจกรรมอบรมพัฒนาเกี่ยวกับการตกแต่งห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนอน ฟรี การให้บริการจัดจำหน่ายและจัดส่งสินค้าในเขตพื้นที่รวดเร็ว ฟรี และห้องน้ำที่สะอาดติดเครื่องปรับอากาศ เพื่อสร้างความประทับใจกับผู้ใช้บริการ

2) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของปัจจัยการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส ควรปรับปรุงการสร้างความศักยภาพในการแข่งขันด้วยการสร้างลักษณะของตราร้านค้าโดยจำหน่ายแต่สินค้าก่อสร้างที่มีคุณภาพดีเท่านั้น สร้างเอกลักษณ์เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าราคาถูก ให้บริการตรวจเช็ค ทำความสะอาด เปลี่ยนสุขภัณฑ์ รวมไปถึงการทาสี และการปรับปรุงบ้าน สอดคล้องกับแต่ละฤดูกาล จำหน่ายตราสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้ซื้อโดยเฉพาะ เครือข่าย พันธมิตรหรือผู้จำหน่ายของผู้ผลิตวัสดุ ทำให้มีสินค้าก่อสร้างใหม่ๆ ก่อนร้านอื่นตามลำดับ และควรมีมาตรการเสริม จัดหาสินค้าวัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ที่เป็นสิ่งที่หาซื้อได้ยากจากร้านค้าอื่น กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็ว สินค้าถูกต้องตามจำนวนและคุณภาพ สร้างความน่าเชื่อถือชื่อเสียงของร้านค้า การรับประกันสินค้า การเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของแบรนด์วัสดุ รวมถึงการมีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า

3) จากผลการศึกษาอิทธิพลของผลกระทบทางธุรกิจที่มีต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาส บริษัทควรส่งเสริมและปรับกลยุทธ์ด้านสังคมและวัฒนธรรม พิจารณาปรับปรุงการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมของกลุ่มเป้าหมายด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างกลมกลืน สอดคล้องไปกับวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาศึกษา ร่วมเป็นการศึกษาแบบผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท หรือผู้ที่ต้องการนำงานวิจัยไปใช้งานในเชิงลึกได้ข้อมูลที่มากยิ่งขึ้น

2) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรนำองค์ประกอบของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความพึงพอใจ และภาพลักษณ์องค์กร เข้ามาศึกษาเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาในเชิงลึกต่อการดำเนินธุรกิจตามแบบจำลองแคนวาสของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ โดยอาจทำการศึกษาในรูปแบบสมการโครงสร้างหลายตัวแปร เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤติดา ฟองจันทร์. (2564). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ธีรยุทธ์ เรืองศิริวัฒน์. (2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับการตกแต่งภายใน. วารสารวิจัยราไพพรรณี. 12(1), 158-163.
- ฉัตรแก้ว ชิมะบุตร. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัสดุก่อสร้างในร้านค้าปลีก และการปรับตัวของร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มานิช บุญประสิทธิ์ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสวัสดิการกรมการสื่อสารทหารกองบัญชาการกองทัพไทยของผู้ใช้บริการใน

- เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. National Defence Studies Institute Journal. 13(1), 167-180.
- วชิพรรณ ลิขิตวัฒน์โสภณ. (2565). แผนธุรกิจร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ. (2564) .ธุรกิจโมเดิร์นเทรดวัสดุก่อสร้าง ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2566 จาก https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2018/12/IN_moderntrade_construction_12_61_detail.pdf.
- สุพจน์ กาญจนางกูรพันธุ์. (2565) .ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในช่องทางการจำหน่ายแนวใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สุภาณี ทองเปล่งศรี. (2563). การปรับยุทธศาสตร์ของธุรกิจกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศไทย เพื่อรองรับการแข่งขันจากสาธารณรัฐประชาชนจีน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Hair, E., et al. (2006). Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic, health, and social outcomes in first grade. Early Childhood Research Quarterly. 21(4), 431-454.
- Hair, J. F., et al. (2014). Pearson new international edition. Multivariate data analysis. 7th Edition. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- Hambleton, R. K., & Cook, L. L. (1977). Latent trait models and their use in the analysis of educational test data. Journal of educational measurement. 14(2), 75-96.
- Nunnally, J.C. (1978). An Overview of Psychological Measurement. In: Wolman, B.B. (eds) Clinical Diagnosis of Mental Disorders. Boston, MA: Springer.
- Yamane, T. (1970). Statistics: An Introductory Analysis . ToKyo: John Weatherhill. Inc., s.