

รายงานการวิจัยเรื่อง

การศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ในเขตเทศบาลเมืองและสุขาภิบาลของอำเภอรอบนอก

ในจังหวัดพิษณุโลกและอุทัยธานี

ผู้วิจัยศาสตราจารย์ ดร.ไพบูลย์ รัชชานนท์ อดุลศิริคุรุวิจัย

ภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม

2539

(รายงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม)

หัวข้อวิจัย	การศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมในเขตเทศบาลเมืองและสุราษฎร์ธานีของช้าเกอรอนอก ในจังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพบูลย์ รัตนธนัย
ภาควิชา	การตลาด
คณะ	วิทยาการจัดการ
สถานบัน	ราชภัฏพิบูลสงคราม
ปีการศึกษา	2539

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการของการซื้องานดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมที่ตั้งร้านอยู่ในเขตเทศบาลเมืองและเขตสุราษฎร์ธานีของช้าเกอรอนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย เกี่ยวกับความคิดเห็นของเจ้าของร้านที่มีต่อปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการ และความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการ กับ อายุ การศึกษา ระดับเวลาที่ดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งร้าน การวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ หักหมุนอย่างเป็นสัดส่วน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ ตัวอย่างทั้งสิ้น 217 ราย

ผลการวิจัยพบว่า

- ลักษณะของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมที่ตั้งร้านอยู่ในเขตเทศบาลเมืองและเขตสุราษฎร์ธานีของช้าเกอรอนอกในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย ส่วนใหญ่เป็นร้านตึก 1 ชั้น และร้านไม้ท้องเดียว ร้านเดียว มีเจ้าของร้านเป็นผู้ดำเนินกิจการด้วยตนเองทุกอย่าง เจ้าของร้านเป็นเจ้าของและเป็นผู้จัดตั้งร้านขึ้นด้วยตนเอง โดยมีแนวโน้มที่จะดำเนินกิจการต่อไป เมื่อตนเดิมเท่าจะเป็นอาชีวภาพลักษณะที่ทำมาหากิน มีรายได้สามารถเลี้ยงครอบครัวได้ เป็นงานที่สะดวกสบายเพริ่งทำอยู่กับบ้าน และสามารถดำเนินกิจการไปได้เรื่อย ๆ ยอดขายในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมาค่อนข้างเสมอตัว สูงค่าส่วนใหญ่เป็นสูงค่าประจำและกรณีที่จะพัฒนาร้านก็ จะใช้วิธี改善หาความรู้ด้วยตนเอง โดยดูจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า สำหรับการเข้ารับการอบรมเจ้าของร้านส่วนใหญ่ ร้อยละ 94.5 ไม่เคยเข้ารับการอบรมมาก่อน และถ้าสถานบัน

รายวิชานิเทศน์ส่งเสริมความร่วมมือกับบุคลากร ให้เจ้าของร้าน ร้อยละ 64.8
ตอบไม่เข้า เพศชายไม่มีเวลา สำหรับระยะเวลาที่จดเจ้าของร้านส่วนใหญ่เสนอว่าไม่ควรเกิน 2 วัน
ปัญหาในการจัดการร้านส่วนใหญ่เกิดจากสถานที่ของร้านคับแคบ เจ้าของร้าน
ขาดความรู้ในการจัดร้าน สินค้าที่ขายมีความซ้ำ

การบริหารร้าน ด้านการจัดเรื่องส่วนใหญ่เจ้าของร้านไปริ่บสินค้าเข้าร้านด้วยตนเอง
เองจากร้านขายส่ง และมีพนักงานขายของบริษัทมาติดต่อเสนอขายที่ร้าน ด้านการจัดวางสิน
ค้าและตกแต่งร้าน เจ้าของร้านใช้วิธีจัดวางสินค้าและตกแต่งร้านด้วยตนเองให้แล้วเป็น
จะเนียน ด้านการทำหนทางค่าใช้จ่าย เจ้าของร้านกำหนดค่าใช้จ่ายหักห้ามห้ามท่องตลาด การ
ชำระเงินค่าสินค้าใช้วิธีชำระด้วยเงินสด และการขาย เจ้าของร้านเป็นผู้ขายด้วยตนเอง

ร้อยละ 64.8 เกี่ยวกับการจัดการของร้าน เจ้าของร้านเสนอว่าการแนะนำถึง
ผลกระทบจากการร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า และการปรับปรุงและพัฒนาร้าน

2. ความคิดเห็นต่อปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการในทุก ๆ ด้าน จำนวน
ตามอายุ การศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้าน พบว่าเจ้าของ
ร้านส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการ กับ อายุ การ
ศึกษา ระยะเวลาการดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้าน ส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อปัญหา
อุปสรรคในการดำเนินกิจการ นอกจากที่ตั้งของร้านมีผลต่อปัญหาอุปสรรคในด้านการแข่งขัน
กับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกัน ร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า และการตั้งราคาสินค้าของร้าน
ค้ายานาดใหญ่

Research Title	A Problem of the Traditional Retailer Operation in the Vicinity of the Municipality and Sanitary Areas in Phitsanulok and Sukhothai Provinces
Name	Asst. Prof. Dr. Phaisan Fewthongchai
Department	Marketing
Faculty	Management Science
Academic Year	1996

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the process of the traditional retailer operation in the vicinity of the municipality and sanitary areas in Phitsanulok and Sukhothai provinces, concerning with the opinions of the owners of the traditional retailer impacts to the problems and compare the relationship between the problems in operating the activity with ages, education, duration of operations, location of the shops. The proportional stratified random sampling method was utilized in this study. And the instruments used for gathering data were a set of questionnaire and 217 owners of traditional retailers.

The result of the research revealed that;

1. The characteristics of the traditional retailers shops located in the vicinity of the municipality and sanitary areas in Phitsanulok and Sukhothai were mostly buildings of one-block and one-storey wooden house running by the owner with the tendency of owner-running in the future. This was their main career that could support the family and it was also a comfortable and convenient job at home. The owners could simultaneously operated their commercial activities. The top sales for the two past years were moderate. The most customers were regular. In case of developing their own shops, the shopkeepers sought themselves the knowledge by observing the much moderner retail shops.

For training, 94.5 percent of the shop-owners have never taken part in training before. If Rajabhat Institute Pibulsongkram co-operates with the Institute for Management Education for Thailand Foundation (IMET) in holding a short training, 67.8 percent of them could not attend the training because they didn't have time. For the periods should not last more than 2 days.

Problems in arranging the shops occurred because of little space and the owners were lack of knowledge in managing for competitive product p i i .

As for shop administration, in case of purchasing, the owners managed themselves to buy a bulk of goods from the wholesalers, or the salesmen from any company presented their products at their shops. The placement of products and decorating shops, the shopkeepers themselves did them by considering the orders of putting things. As for pricing the goods, the shopkeepers priced their products equally to general price in the market. The running shop-owner paid their goods in cash when buying the products and they sold the products by themselves.

2. Opinions towards to problems in operations in all aspects classified according to ages, education, duration of operations, and location found that most shopkeepers had their opinions in moderate level.

3. Relations between problems in operating commercial activities and ages, education, duration of operations, and location found that the shopkeepers did not have any problems in operating their activities except that the location of their own shops affected the problems in competition with the same retail shops, modern retail shops and the setting price of the larger shops.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยบันทึกการสอนสำเร็จ ได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก
ดร.พิพัฒา สุวรรณะชฎุ กรรมการผู้จัดการมูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการ
แห่งประเทศไทย (IMET) ในการให้คำปรึกษาและให้กรอบแนวความคิดในการวิจัย
อาจารย์พิสิฐร์ อินทสิงห์ อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์ และสถิติ สถาบัน
ราชภัฏพิบูลสงคราม ที่ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย
คอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ อาจารย์ต่างรัง มะปะวงศ์ อาจารย์ประจำ
ภาควิชาภาษาต่างประเทศ และหัวหน้าโปรแกรมวิชาอุดหนุนท่องเที่ยว ที่ได้
กรุณาตรวจสอบและแก้ไขบทคัดย่อภาษาอังกฤษ อาจารย์สุภพ นกழิศิริ ที่ได้
ให้ความช่วยเหลือในการพิมพ์งานวิจัยนี้ นักศึกษาโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ
ชั้นปีที่ 3 นักศึกษา กศ.บ.ป. ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการออกแบบฐาน
เข้าของเอกสารต่างๆที่ผู้วิจัยใช้ประกอบการอ้างอิงในรายงานวิจัยนี้ เจ้าของ
สถาบันทุกท่าน และสถาบันราชภัฏพิบูลสงครามที่ได้จัดสรรทุนอุดหนุนการวิจัย
ครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลผู้เดียวท้องถิ่นที่ช่วยสนับสนุนให้การวิจัยนี้สำเร็จ
ณ โอกาสนี้

ไฟศาล รัชดาชัย
กรกฎาคม 2539

สารบัญ

	หน้า
บทสัมย่อ.....	(2)
ABSTRACT.....	(4)
กิจกรรมประการ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ห้องจัดของ การวิจัย.....	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
สมมติฐานของ การวิจัย.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	5
ความหมายของธุรกิจค้าปลีก.....	5
ลักษณะของธุรกิจค้าปลีก.....	5
ทิศทางและแนวโน้มการค้าปลีกขนาดเด็กของไทย.....	5
แนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกขนาดเด็ก.....	7
การส่งเสริมการขยายสำนักงานค้าปลีกขนาดเด็ก.....	10
เคล็ดลับการแบ่งการส่งเสริมการขยายของร้านขนาดเด็ก.....	11
แนวทางการตัดสินใจซื้อสินค้าเข้าร้าน.....	12
พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	12
พฤติกรรมการซื้อในกิจการร้านค้าปลีก.....	13
เงินส่วนตัวที่ควรคำนึงถึงเกี่ยวกับการขยายปีก.....	14
ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก.....	14
สถานที่ที่ทำให้กิจการค้าปลีกสำเร็จ.....	15
ร้านค้าปลีกกับการบริการ.....	15
ตัวแปรทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง.....	16

ธุรกิจค้าปลีกไทยต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด.....	17
ชีวิต... อะไรให้ได้กำไรงาม.....	18
การจัดควรสินค้าที่ดีเป็นการเสริมร้านค้าให้เด่น.....	18
การจัดซื้อยุคใหม่คือหัวใจของศัลศ์ทันทุน.....	19
ร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์.....	19
ความเป็นมาตรฐานร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์.....	19
สาเหตุสำคัญที่ทำให้การดำเนินการจัดซื้อยุคใหม่ได้รับความนิยม.....	19
การสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่สนใจการขอรับสิทธิประโยชน์ของกิจการ.....	21
ศึกษาเนินทางให้รู้ยุทธศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการ.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและขอเสนอแนะ.....	143
สรุปผลการวิจัย.....	143
การอภิปรายผล.....	153
ขอเสนอแนะ.....	155
บรรณานุกรม.....	157
ภาคผนวก.....	160
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	161
ภาคผนวก ข. รายชื่อร้านค้าที่ตอบเข้ารับการผิดชอบ.....	167

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามอำเภอที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง และเขต ช่างของชนบทในจังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย.....	28
2 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา และระดับอาชีวศึกษา กิจกรรมมาแล้ว.....	30
3 ทดสอบจำนวนและร้อยละของลักษณะร้านของผู้ตอบ.....	32
4 ทดสอบจำนวนและร้อยละของวิธีการดำเนินกิจการของผู้ตอบ.....	33
5 ทดสอบจำนวนและร้อยละของการดำเนินกิจการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบ..	33
6 ทดสอบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบกับการถือครองร้าน.....	33
7 ทดสอบจำนวนและร้อยละแนวโน้มร้านของผู้ตอบในอนาคต.....	34
8 ทดสอบจำนวนและร้อยละของการดำเนินกิจการในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมา.....	35
9 ทดสอบจำนวนและร้อยละของลักษณะลูกค้าที่เข้าซื้อสินค้าในร้าน.....	35
10 ทดสอบจำนวนและร้อยละของร้านที่ปลูกสมัยดั้งเดิมต่อผลกระทบของร้านค้า ปลูกสมัยใหม่.....	36
11 ทดสอบจำนวนและร้อยละของวิธีการพัฒนาเรื่องปรับปรุงร้านค้าปลีกของ ผู้ตอบ.....	37
12 ทดสอบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบเกี่ยวกับการเข้ารับการฝึกอบรม.....	37
13 ทดสอบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้ารับการรับการฝึก อบรมกับสถาบันราชภัฏพิบูลสงครามร่วมกับมูลนิธิ IMET ที่จะจัดรึน.....	38
14 ทดสอบจำนวนและร้อยละของระดับอาชีวศึกษาที่ผู้ตอบทดสอบความคิดเห็นในการจัด การฝึกอบรม.....	39
15 ปัญหาในการจัดการร้านค้าของผู้ตอบที่อยู่ในเขตช่างเมือง และช่าง ชนบท.....	40
16 ทดสอบวิธีการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านของผู้ตอบที่อยู่ในเขตช่างเมือง และช่าง ชนบท.....	41
17 ทดสอบวิธีการจัดวางแผนสินค้าในร้านของผู้ตอบที่อยู่ในเขตช่างเมือง และช่าง ชนบท.....	42

18	แสดงวิธีการตกแต่งร้านของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอ รอบนอก.....	43
19	แสดงวิธีการกำหนดราคาสินค้าของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอ รอบนอก.....	44
20	แสดงวิธีการซื้อระค่าสินค้าของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอ รอบนอก.....	45
21	แสดงวิธีการขายของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก.....	46
22	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบต่อการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกที่อยู่ในเขต อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก.....	47
23	แสดงความต้องการที่ผู้ตอบต้องการจะเรียนรู้จากการจัดการฝึกอบรมที่อยู่ใน เขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก.....	48
24	ร้อยละของเกี่ยวกับการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาลักษณะร้านค้าปลีกของผู้ตอบที่ อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก.....	49
25	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเปี่ยมหมายฐานะ และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ ต่อปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม.....	50
26a.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามอาชญากรรมในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	51
26b.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและ สุโขทัย.....	52
26c.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ใน จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	53
26d.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	54

26๙.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอ เมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	55
26๑.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอ เมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	56
27๐.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	57
27๑.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	58
27๒.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัด พิษณุโลกและสุโขทัย.....	59
27๓.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ อำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	60
27๔.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ อำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	61
27๕.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ปลีกที่หันสมัยกว่าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ อำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	62
28๐.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ของสูกร้าวที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	63
28๑.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้า ของสูกร้าวที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและ สุโขทัย.....	64

28ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	65
28ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	66
28ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	67
28ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	68
29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามอาชีพ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	69
29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	70
29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	71
29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	72
29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	73

29ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสนับสนุนและทักษะคิดเชิงสูงค้าที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	74
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	75
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	76
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามระดับเวลาที่ดำเนินกิจกรรมแล้วในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	77
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	78
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	79
30ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งภาคสินค้าที่ขายสูงกว่าภาคสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	80
31ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	81
31ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	82

31ค.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	83
31ง.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้านอก ขอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	84
31จ.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้านอก ขอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	85
31ฉ.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้านอก ขอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	86
32ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	87
32ช.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	88
32ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	89
32ส.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้านอก ขอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	90
32ง.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้านอก ขอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	91

32ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกในจังหวัดสุโขทัย.....	92
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	93
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	94
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามระดับเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	95
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	96
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	97
33ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	98
34ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการหมุนเวียนเงินทุน ที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	99
34ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการหมุนเวียนเงินทุน ที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	100

34ค.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	101
344.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	102
34๙.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	103
34๙.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดสุโขทัย.....	104
35ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลนแรงงานจำแนกตามอาชีว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	105
35ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลนแรงงานจำแนกตามการศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	106
35ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลนแรงงานจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	107
354.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลนแรงงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	108
35๗.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลนแรงงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลก.....	109

35ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการขาดแคลน แรงงานจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้าเมือง ชนบท ในจังหวัดสุโขทัย.....	110
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	111
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	112
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย.....	113
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้าเมือง ชนบท ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย.....	114
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้าเมือง ชนบท ในจังหวัดพิษณุโลก.....	115
36ก.	แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแสวงหาผู้รับซื้อง กิจการต่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้าเมืองและช้าเมือง ชนบท ในจังหวัดสุโขทัย.....	116
37	สรุปความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการ ในทุก ๆ ด้านจำแนกตามอายุ.....	117
38	สรุปความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการ ในทุก ๆ ด้านจำแนกตามการศึกษา.....	118
39	สรุปความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการ ในทุก ๆ ด้านจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ.....	119
40	สรุปความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการ ในทุก ๆ ด้านจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน.....	120

41ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการ แข่งขันของร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกันกับอายุและการศึกษา.....	121
41ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการ แข่งขันของร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกันกับระยะเวลาดำเนินกิจการและ สถานที่ตั้งของร้าน.....	122
42ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการ แข่งขันของร้านค้าปลีกที่หันสมัยกว่ากับอายุและการศึกษา.....	123
42ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการ แข่งขันของร้านค้าปลีกที่หันสมัยกว่ากับระยะเวลาดำเนินกิจการและ สถานที่ตั้งของร้าน.....	124
43ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านรสนิยม และทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงกับอายุและการศึกษา.....	125
43ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านรสนิยม และทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงกับระยะเวลาดำเนินกิจการและ สถานที่ตั้งของร้าน.....	126
44ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านความ ต้องการในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้ากับอายุและการศึกษา.....	127
44ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านความ ต้องการในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้ากับระยะเวลาดำเนินกิจการและ สถานที่ตั้งของร้าน.....	128
45ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการตั้ง ราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่กับอายุและ การศึกษา.....	129
45ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการตั้ง ราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่กับระยะเวลา ดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	130

46ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานกับอายุและการศึกษา.....	131
46ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	132
47ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการซื้อสินค้าเข้าร้านกับอายุและการศึกษา.....	133
47ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการซื้อสินค้าเข้าร้านกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	134
48ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกกับอายุและการศึกษา.....	135
48ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการควบคุมปริมาณสินค้าที่คงเหลือในสต็อกกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	136
49ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการหมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการกับอายุและการศึกษา.....	137
49ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการหมุนเวียนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	138
50ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการขาดแคลนแรงงานกับอายุและการศึกษา.....	139
50ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการขาดแคลนแรงงานกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	140
51ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการนำผู้รับซื้อกิจการกับอายุและการศึกษา.....	141
51ก.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าด้านการนำผู้รับซื้อกิจการกับระดับเวลาดำเนินกิจการและสถานที่ตั้งของร้าน.....	142

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

จากสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน เป็นสถานะให้เกิดทางดำเนินธุรกิจของคนในสังคมเปลี่ยนไป ดังจะเห็นได้จากในอดีตที่พ่อบ้านจะเป็นคนหาเลี้ยงครอบครัว เป็นคนทำงานนอกบ้าน อุูกไปโรงเรียน แม่บ้าน จะอยู่ทำงานที่บ้าน ดังนั้น เวลาที่จะซื้อขายซื้อของมีห้องวัน สามารถเดินไปซื้อของที่ร้านขายของชำในตลาด มีเวลาพูดคุยกับเจ้าของร้านระหว่างรอให้หยิบของที่ต้องการ บางครั้งอาจจะมีกุญแจเป็นกิจกรรมนึง เพราะไม่ต้องรีบหันแห่งกับเวลาแต่อย่างใด และในปัจจุบันหลายสิ่งหลายอย่างได้แปรเปลี่ยนไป ความจำเป็นทำให้ห้องพ่อบ้านและแม่บ้านต้องออกทำงานนอกบ้าน ก่อจะเสริจภารกิจก็ยังต้องมีข้อบ่งบอกเวลาที่จะซื้อของ ต้องรอวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการซื้อแต่ละครั้ง อาจจะต้องกักตุนไว้ให้พอใช้ในหนึ่งปีกานแล้วร้านที่บาง คนเลือกไปมากจะเป็นชุมปะอรมาร์เก็ต เพราะสามารถเลือกซื้อของใช้ที่ต้องการได้ครบ ทั้งยังรู้สึกสบายและมีส่วนร่วมในการเลือกหยิบสินค้าได้เอง สำหรับร้านขายของชำแบบดั้งเดิมที่เคยขายของสารพัดมามากมายนั้นก็ไม่ต่างกับชุมปะอรมาร์เก็ต ต่างกันก็เพียงแค่เจ้าของร้านคนเดียวที่ทราบว่ามีสินค้าอะไรในบ้าน สินค้าอะไรเก็บไว้ตรงไหนของร้าน เหลือก็ค่าต้องกรอบไว้เจ้าของร้านก็จะเป็นผู้หันให้ แต่เดิมคงไม่มีผลประโยชน์ที่มาซื้อของในร้านก็ไม่ได้รับร้อนไปไหน แต่ปัจจุบันผู้ซื้อขายจะไม่มีความสามารถมาก เพราแต่ละคนต้องมีภารกิจที่ต้องปฏิบัติตามกัน จึงทำให้ร้านขายของชำแบบดั้งเดิมไม่สอดคล้องกับความต้องการของคนในยุคนี้ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน อุูก ไม่สนใจงานรายของแบบเดิม หันไปทำงานอื่นๆ การบริษัทเอกชน เป็นหมวด เป็นวิศวกร ก็คงจะเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ สำหรับธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โครงการสร้างสรรค์ร้านค้าหันสมัย บริษัท ลีโออิมาร์เชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด) จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผู้จัดให้คะแนนก็ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและในฐานะที่เป็นบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา และจากการร่วมมือของคณะกรรมการจัดการ สถาบันฯ ภูมิปัญญาสังคม กับมูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย (IMET) ได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้เข้าใจสถาบันการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน แก่เจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของสถาบันฯ ที่ได้กำหนดให้สถาบันฯ ภูมิปัญญาเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษา วิจัยเพื่อค้นหา และควบคุมร่องมูลที่เกี่ยวข้องกับห้องถิ่นไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า ดังนั้น การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มี

ต่อร้านค้าปลีกสมัยตั้งเดิม จึงเป็นส่วนหนึ่งของการแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งของการซักซ่อนลักษณะที่จะให้ในการฝึกอบรมให้แก่เจ้าของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาถึงกระบวนการทางการค้าในชุมชนที่ตั้งเดิมในจังหวัดพิษณุโลก และสูญเสีย
- เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมที่อยู่อาศัยในพื้นที่
- เพื่อศึกษาถึงความตั้งใจในการดำเนินกิจการ จำแนกตามอายุ การศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้าน
- เพื่อศึกษาถึงความตั้งใจในการดำเนินกิจการ จำแนกตามอายุ การศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมในจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดสูญเสีย
- ทำให้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม และจะเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนให้สามารถอยู่ในวงจรธุรกิจได้
- สามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้ประกอบการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องได้
- เป็นข้อมูลที่องค์กิจที่ใช้ประกอบการศึกษาต้นแบบของนักศึกษา หรือผู้เกี่ยวข้องได้
- สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปประกอบการจัดทำหลักสูตรการจัดการครอบครัวเพื่อพัฒนาให้แก่เจ้าของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงกระบวนการทางและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการที่ตั้งเดิม และหาแนวทางแก้ไขให้ธุรกิจค้าปลีกแบบตั้งเดิม สามารถอยู่รอดในวงจรธุรกิจได้

ประชากร ที่ใช้ในภาคศึกษา ได้แก่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หรือการแบบเจ้าของคนเดียวที่ตั้งร้านอยู่ในเขตเทศบาลเมือง และเขตพื้นที่ราบทางตอนใต้ของประเทศไทยในเขตจังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือการสุ่มแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยทำการสำรวจจำนวนร้านที่มีให้ได้ตัวอย่างตามขนาดหรือสัดส่วนของแต่ละชั้นภูมิและจำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีอยู่ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้จะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน

217 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่ อายุ การศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการของเจ้าของร้าน และสถานที่ตั้งของร้าน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2538 ถึง มกราคม 2539

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ร้านที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอรอบนอกบางชั้นภูมิ มีลักษณะเป็นร้านค้าแบบเก่า ที่เจ้าของร้านมีอายุค่อนข้างมาก ไม่คุ้นเคยกับการให้ข้อมูลและมีความรู้สึกกลัวว่าจะเกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีซึ่งทำให้ไม่สนใจ และเต็มใจที่จะให้ข้อมูลแก้ผู้สอบถาม สวนหนึ่งกับบัดการให้ข้อมูล ดังนั้นจึงทำให้จำนวนตัวอย่างที่ได้รับ ไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้
2. ช่วงระยะเวลาที่ออกภาคฤดู เป็นช่วงเวลาที่ใกล้ปีใหม่ เจ้าของร้านส่วนหนึ่งมีภารกิจในการดำเนินกิจการค่อนข้างมาก จึงทำให้ไม่ได้รับความตระหนูกในการเก็บข้อมูล
3. บางอำเภอรอบนอกมีร้านที่มีลักษณะตามที่กำหนดไว้ไม่นักโดยเฉพาะชั้นภูมิขนาดเล็ก

สำนักงานศิริท์เจพะ

ร้านค้าปีกแบบดั้งเดิมหรือกิจการเจ้าของคนเดียว หมายถึง ร้านค้าปีกที่ดำเนินกิจการโดยเจ้าของ (เด็กๆ) ตั้งแต่เปิดร้าน จัดร้าน จัดของ ขายของ เก็บเงิน ทำบัญชีจนปิดร้าน ลักษณะของร้านเป็นร้านขนาดเล็ก 1 หรือ 2 ห้อง เป็นสูน้ำไม้หรือตึกแถว และการจัดการเป็นไปตามลักษณะหรือสภาพที่ทำอยู่โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก

ร้านค้าปีกสมัยใหม่ หมายถึง ร้านค้าปีกที่มีระบบการดำเนินงานที่ทันสมัย มีอุปกรณ์ การจัดตกแต่งร้าน กากับบริการสินค้าคงคลัง ตลอดจนการให้เช่าบริการร้านช่วย

ตั้งของร้าน หมายถึง สถานที่ตั้งร้านที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง และเขตตุขากับบาลของอำเภอรอบนอกทั้งหัวด้านลูกและสูซิทัย

ปัญหาอุปสรรค หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเหตุให้ธุรกิจค้าปีกแบบดั้งเดิมหรือเจ้าของคนเดียวต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินงานเพื่อความอยู่ดีด

การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การที่ธุรกิจค้าปีกแบบดั้งเดิมต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และสามารถอยู่รอดในธุรกิจรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

สมมติฐานาของภารวิจัย

อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้านค้าปีกแบบดั้งเดิม ไม่มีผลต่อปัญหาอุปสรรคในกระบวนการดำเนินกิจการของร้านค้าปีกแบบดั้งเดิม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาจากคำว่าและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้พบว่ามีเอกสารต่างๆ ที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับงานวิจัยนี้อยู่หลายเรื่อง ที่สามารถนำมาประกอบการศึกษาและเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เช่นดังนี้

ความหมายของธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมที่ทำการขายสินค้าให้ลูกค้าที่มีผู้บริโภค ณ จุดที่ทำการขาย สินค้าที่นิยมจำหน่ายให้กับผู้บริโภคจะได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคทุกชนิด ตั้งแต่ของใช้จำเป็นในบ้าน เช่น ยาสีฟัน สมุนไพร ผ้าห่ม ฯลฯ หรือสินค้าประเภทอาหาร ยาสัขามาใช้ ฯลฯ สินค้าประเภทของเล่นเด็ก เครื่องเขียน เป็นต้น (พานิชพีโภ คุณภาพน้ำดี และอุทา เทียนไทย, 2535 : 8)

ตักษณะของธุรกิจครอบครัว

ธุรกิจครอบครัว คือแนวการโดยครอบครัวได้ครอบครัวนั่น มีบทบาทและมีอิทธิพลเป็นสูญญ์กลางการดำเนินธุรกิจของครอบครัวนั้น บุกคนในครอบครัวมีส่วนร่วมในการทำงานของธุรกิจ เช่นว่าสามีทำการติดต่อกับธุรกิจภายนอก ภรรยาบริหารงานภายในกิจการ หรือทั้งสามีภรรยาช่วยกัน ถ้ามีสูญเสียสูญเสียมากพอที่จะช่วยงานได้ พ่อแม่ที่จะสอนหมายงานให้ช่วยดูแลและรับผิดชอบ เช่น ส่งของ ทำความสะอาด ขายของให้ลูกค้า นำไปเงิน ถอนเงิน กำไรที่ได้จากการดำเนินงานจะเป็นค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว แต่ถ้ามีความจำเป็นต้องจ้างพนักงานเข้ามาทำงาน จะทำให้เกิดค่าใช้จ่าย กำไรที่ได้อาจจะไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายภายในครอบครัว และอาจจะเป็นสาเหตุให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นแห่งธุรกิจครอบครัวนั้นจะได้แก่ปัญหาด้านการจัดการ ไม่มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ในการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ทำงานร่วมกันในธุรกิจครอบครัวได้ (พานิชพีโภ คุณภาพน้ำดี และอุทา เทียนไทย, 2535 : 31-32)

ทิศทางและแนวโน้มการค้าปลีกขนาดเล็กของไทย

เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากในปัจจุบันทำให้สนับสนุนของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคถูกกำหนดไปด้วยการสื่อสารที่ทันสมัย ร้านค้า

ปลีกสมัยใหม่ที่ตนใจผู้บริโภค มีการบริหารด้วยวิทยาการสมัยใหม่เข้ามายืนหน้าที่ต่อผู้คนมากขึ้น จากเหตุและปัจจัยที่กล่าวมาด้านนี้ การค้าปลีกจึงมีแนวโน้มสังค์ปรีปันนี้ ศิริราษฎร์ วิภาสวัชร์- โยธิน, 2536 : 115-118)

1. รูปแบบนี้ต่อไป

1.1 การซื้อสิทธิทางการค้า (Franchising) ร้านค้าปลีกตั้งเดิมอาจติดต่อขอซื้อสิทธิทางการค้า เพื่อรับการช่วยเหลือจากเจ้าของสิทธิ ซึ่งมีความรู้และมีประสบการณ์ ให้ช่วยสอนเทคนิคการค้า การบริหาร เพื่อลดความเสี่ยงในอนาคต

1.2 ต้องให้ความสำคัญกับการวิจัยเพิ่มขึ้น เพื่อตรวจสอบและทราบความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้ปรับปัจจุบันด้านของตนให้เป็นร้านที่ลูกค้าได้ทดลองไป และนำไปใช้ค้าปลีกสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 การขยายตัวแบบร้านค้าลูกโซ่ แนวโน้มร้านค้าปลีกจะขยายตัวออกไปแบบร้านค้าลูกโซ่มีความเป็นไปได้มากขึ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนการซื้อและต้นทุนการจัดการลง เพื่อยังรักษา กับร้านค้าอื่น ๆ ได้

1.4 การดำเนินงานแบบให้ลูกค้าบริการตนเอง ร้านค้าปลีกต้องปรับตัวเองให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกมากขึ้น โดยให้ลูกค้าได้มีโอกาสตัดเลือกสินค้าที่ตนต้องการซื้อได้ด้วยตนเอง และการให้ลูกค้าได้บริการตัวเองยังช่วยให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำงานของร้านค้าได้อีกด้วย

1.5 เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในญี่ปุ่น การค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะมีความเข้มข้นมากขึ้น และมีการก้าวนอกกรอบของภาคตลาดเชิงมานาเกียวชัง

1.6 ต้องรู้จักการใช้เครื่องจักรชัตติ้มมิติ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ต้องปรับเปลี่ยนการค้า โดยหันมาซื้อจัดให้เครื่องมือที่กันสมัย เช่น การใช้เครื่องเก็บเงิน ซึ่งสามารถทำให้รู้ยอดการทำรายได้ ประจำวันได้ และยังสามารถแยกยอดรวมต่อสินค้าได้ด้วย ทำให้เจ้าของร้านสามารถรู้ได้ว่าสินค้า อะไร น้ำดี ขาดหายไป นอกเหนือน้ำดี น้ำดี ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะเข้ามายืนหน้าที่ต่อร้านค้าปลีกในอนาคตอันใกล้

1.7 การสร้างภาพพจน์ของร้านค้า (Image) อนาคตของร้านค้าปลีกต้องพยายามสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตนขึ้นมาให้ได้ เช่น สีสันของร้าน สินค้า และบริการที่ดี

2. เปลี่ยนธุรกิจเป็นธุรกิจ

การเปลี่ยนธุรกิจที่ร้านค้าทั่วไปเป็นธุรกิจอื่นนั้น ต้องอาศัยความกล้าหาญอันยิ่งใหญ่ แต่ก็มิใช่เรื่องทางและมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้มากด้วย โดยการปรับสภาพร้านให้เป็นร้านเฉพาะอย่าง เช่น ร้านขายเบเกอรี่ เป็นร้านอาหาร เป็นต้น และการปรับเปลี่ยนกิจกรรมลูกค้า ตลาด สถานที่ตั้งของร้านฯ แนะนำสินหรือไม่ และต้องดูว่าใช้เงินลงทุนมากน้อยเพียงใด ศูนย์ค่าเดินทางเปลี่ยนธุรกิจหรือไม่

3. เดิกธุรกิจโดยสืบเริ่ง เจ้าของร้านอาจตัดสินใจได้สองทาง คือ

3.1 ขายกิจการให้ผู้อื่นรับช่วงไป

3.2 ขายเหลืองกิจการแล้วเดิกห้าธุรกิจไปเลย

แนวทางการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกชนิดเดิก

หลักการและวิธีการที่จะปรับปรุงร้านค้าอยู่ให้ดูดีขึ้น มีดังต่อไปนี้
(ในงานวิภาสรัชโยธิน, 2536 : 117-121)

1. ศูนย์สมบัติของเจ้าของกิจการ

1.1 ความรู้ ในที่นี้มีให้หมายถึงต้องเรียนรู้ ๆ แต่จะหมายถึงการบิดเบือนกันของคนให้กับร้าน หมั่นหาข้อมูลในสินค้าที่ขาย ติดตามข่าวสารการตลาดอย่างใกล้ชิด รู้ว่าอะไรเป็นที่นิยมและสนใจค่าอะไรที่กำลังจะเติบโต ต้องเรียนรู้ว่าสูตรค้าของเราน่าเป็นไง มีมนุษยสัมพันธ์ ทั้งกับคนในครอบครัวตนเอง และกับลูกค้า

1.2 ต้องสนใจงานทุกอย่างที่ต้องการ

- การจัดซื้อสินค้าจะซื้อย่างไร ซื้อที่ไหน

- การตั้งราคา จะขายราคาเท่าไร เอากำไรเท่าไร

- การคุ้มครองสิทธิ์ หรือคุ้มครองตัวเอง จะต้องมั่นใจว่าจะไม่ตกด้าน งานแสวงบั้ง จะได้ผลักดันของมาขายหรือหากางคืนสินค้าให้แก่บริษัทฯ ผู้ขายเรื่องสต็อกนี้ ขอให้จำลักษณะ 3 ประการ คือ

ก. การจัดวางให้ให้เป็นระเบียบอย่างมั่นคง โดยวางทับช้อนกันจนหมดได้ยาก

ก. สินค้าที่เข้ามา ก่อน ต้องนำออกมาก่อนเสมอ

ค. ควรดับบันทึกการรับสินค้าเข้า และจ่ายสินค้าอย่างด้วยสมุด บันทึกรายการสินค้าแยกเป็นประเภทเป็นอย่างด้วยยิ่งต่ำกว่าจะตอบได้ร่วมกับสินค้าคงเหลืออยู่มากน้อย

ผลประโยชน์

- การส่งเสริมกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าประชุมได้รับผลประโยชน์พิเศษ
- การโฆษณา เป็นการทำให้ลูกค้าได้ทราบว่าตนนี้ร้านมีอะไรที่น่าสนใจ
- การจัดร้านค้า ต้องหมั่นดูแลให้ร้านค้าครบถ้วน สะอาดอยู่เสมอ

1.3 ความเป็นมิตร

เจ้าของร้านต้องจำไว้ว่าลูกค้าอยู่ในไกลจากตัวเราเท่าไหร่นัก ดังนั้นเราจึงเป็นต้องรู้จักลูกค้าให้ได้ ต้องเข้าใจกับทุกคน และทุกกรุ่นบุคคล

1.4 บุคลิกภาพต้องเหมาะสม

- เสื้อผ้าที่สวมใส่ในขณะให้บริการต้องเรียบร้อย
- บริษัทภาระที่ต้องเรียบร้อย
- ความสะอาดของร่างกาย
- สุขภาพดี

2. ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นเรื่องที่สำคัญมาก การค้าปลีกต้องอาศัยจุดขายที่สะดวก เป็นย่านชุมชน

3. การจัดผังร้าน

ผังร้านที่ดี จะช่วยให้เจ้าของร้านมีพื้นที่เพื่อขายสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น มีสินค้ามากขึ้น ช่วยให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทาง ควบคุมการขายได้ง่าย โดยจัดให้มีทางเข้าออกทางเดียว

4. การจัดหมวดสินค้า

เพื่อสะดวกต่อการจัดวาง ควรจัดให้สินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันหรือใช้ต่อเนื่องอยู่ด้วยกัน หรืออยู่ในหมวดที่ติดกัน

5. การจัดการเรื่องบุคคล

ร้านค้าของร้านโดยมากเจ้าของจะเป็นผู้ดำเนินการเองและมีบ้างก็เป็นลูกจ้างในร้านที่ทำหน้าที่สารพัดอย่าง ขาดระเบียบแบบแผน หากเปลี่ยนให้ร้านดูทันสมัยแล้ว การจัดการเรื่องคนก็ควรจะให้การพิจารณาด้วย อย่างน้อยที่สุดก็เรื่องการแต่งกายของลูกจ้าง และมาตรฐานในการพูดคุยกับลูกค้า

8. การจัดการด้านการขาย

การขายแบบให้สูกค้าซ้ำๆ วนเอง ทำให้สูกค้ามีอิสระมากขึ้น ทำให้ชื่อของได้มาก และช่วยให้ประยุตคนมีการด้วย การจัดเก็บค่าสินค้าด้วยเครื่องเก็บเงิน ช่วยให้เจ้าของรู้ว่า วนนี้ขายสินค้าได้กี่บาท สินค้าในร้านควรติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ สูกค้า

7. การจัดซื้อ

ร้านค้าของชำร่วยเสียเปรียบมากในเรื่องนี้ เพราะไม่สามารถซื้อสินค้าได้ที่คลังมาก ๆ เนื่องจากขายได้น้อย จึงทำให้มีต้นทุนสูงกว่า ร้านค้าของชำร่วยควรติดตามช่าวสารการผลิตจาก แห่งกันของร้านค้า รูปเบอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ แล้วคงที่ซื้อเข้าร้านในกรณีที่สูกค้าว้าวุ่นจากบริษัท โดยตรง

8. ความสามารถในการตัดสินใจ

เจ้าของร้านต้องมีความพากเพียร มีความคิดวิเคราะห์อยู่ตลอดเวลา ต้องรู้จักสร้างทาง เสือก และตัดสินใจเสือกทางเสือกในการทำงานที่ดีที่สุด เพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการทำงานน้อย ที่สุด

9. ฐานะการเงิน

ผู้บริหารร้านค้าปลีกต้องรู้จักวางแผนทางการเงิน เพื่อให้มีเงินทุนเพียงพอที่จะ ดำเนินงานต่อไปจนประสบความสำเร็จ

10. แนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ถือได้ว่ามีข้อได้เปรียบมากกู่แข่งที่จะเข้ามาใหม่ ก่อร้ายคือ

1. ทำเลที่ดี เนื่องจากเปิดให้บริการอยู่ก่อน การเลือกทำเลจึงขึ้นในทำเลที่ดี ก่อร้ายแข่งที่จะเข้ามาใหม่

2. เจ้าของดำเนินกิจการเอง ทำให้ใกล้ชิดกับลูกค้า

3. สูกค้ารู้จักร้านค้าแล้วเป็นอย่างดี ไม่ต้องลงทุนโฆษณา

ข้อได้เปรียบทั้ง 3 นี้ ยังไม่สามารถทำให้ร้านเหล่านี้อยู่ได้ หากไม่พัฒนาและ ปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ทำให้ดังนี้

การพัฒนาเบื้องต้น เป็นการลงมือเพื่อปรับปรุงร้านค้าที่ทำอยู่ในลักษณะที่สามารถ ทำได้โดย ไม่ต้องลงทุน หรือวางแผนการดำเนินการปรับปรุงอย่างช้านานใหญ่ และสามารถทำ ได้โดยง่าย เช่น การปรับปรุงด้านการให้บริการ การจัดหน้าสินค้าที่สูกค้าต้องการเข้ามาเพิ่มเติม

ในร้าน ภาพปรับปุ่งน้ำยาภาชนะ และการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ ภาพปรับปุ่งเรื่องราวด้วย และการจัดวางสินค้าให้ถูกค่าเลือกซื้อได้อย่างต่อเนื่อง โดยหลักการคัดเลือกสินค้า มีแนวคิดดังนี้

- คัดเลือกสินค้าที่มีขายในร้าน และนาน ๆ ขายได้สักชั้นออกจากร้าน
- คัดเลือกและสินค้าที่ถูกค่านิยมเป็นสินค้าขายดีไว้ในร้าน มีเกณฑ์ในการคัดเลือก สินค้า ดังนี้ คือ

1. คัดจาก 10 ยอดอันดับสินค้าขายดี
2. ถูกถูมถูกค้าที่เป็นขาประจำเป็นถูกค้าประจำใจ โดยถูมถูกนิยม ระบุรายได้ พฤติกรรม ฯลฯ จะได้รื่อแม่สินค้าที่เข้าต้องการให้บริการ
3. เลือกและสินค้าที่เหมาะสมกับถูมถูกค้าของเราตามที่สำหรับใจ
4. พิจารณาจากผลตอบแทนที่ได้จากการขายสินค้านั้นเป็นหลัก
5. ศูนย์สินค้าที่เราจะเลือกให้ขายมีรายการส่งเสริมการขายหรือไม่ ถ้าไม่มีจะขายได้ยาก

การส่งเสริมการขายสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

การส่งเสริมการขายที่ไม่สนใจ และอาจทำให้โดยง่าย ดังนี้

1. “เต้าแก่ใจดี” กิจกรรมที่ถูกค้าซื้อสินค้ามากกว่า 50 บาทขึ้นไป เมื่อคิดเงินรวมแล้ว มีเศษสองบาทถ้วนให้ถูกค้านำไป หลักการคือเข้าของขายเองเล็ก ๆ น้อย ๆ ลดราคาภัยถูกค้า
2. รายการส่วนลดของแต่ละช่องทางจากร้าน มีหลักการคือ ทุกครั้งที่ถูกค้าซื้อสินค้า ครบ 50 บาท จะให้คูปอง 1 ใน สะสมให้แลกของขวัญระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน
3. ล้างถูกหินบ่วงวัสดุ เข้าของร้านกำหนดว่าของวัสดุที่นำเสนอนามา 1 ชุด โดยกำหนดคร่าวๆ คือ 50 บาท ส่วนได้ 1 ครั้ง
4. “ขายถูกทุกวัน” คือ ลดราคาสินค้านั้นเอง โดยเข้าของร้านนำสินค้าขายต่อ นาน เที่ยวนครคราครับกันไปวันละยี่ห้อ ส่องยี่ห้อ โดยตั้งไว้ ณ จุดเก็บเงิน จะได้เรียบถูกค้าได้ จริง (วิภาสสวัสดิ์โยธิน, 2537 : 98-99)

มีหลายคนคิดว่าร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คุณภาพส่องคุณภาพ ทำให้ลูกค้าไม่มา กันนัก ขายที่จะทำรายการส่งเสริมการขายเหมือนร้านค้าขนาดใหญ่ อันที่จริงเข้าของร้านสามารถ

สร้างสรรค์กิจกรรมด้านการส่งเสริมการขายได้ แต่ต้องรวมมัดระวังถึงเป้าหมายของการส่งเสริมการขายให้ชัดเจนว่าต้องการจะไปตอบแทน และต้องรวมมัดระวังให้มากที่สุดก็คือจะต้องให้เงินปะมาณที่น้อยที่สุด เจ้าของร้านสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ด้วยวิธีการขายด้วยความสามารถที่มีอยู่ของแต่ละร้านที่พ่อจะคิดค้นขึ้นมาได้ และพิจารณาเป็นการสร้างความแผลง่างจากการส่งเสริมการขายของร้านค้าขนาดใหญ่ และร้านที่มีเครื่องร่ายในบุคลากรหรือแฟรนไชส์ได้

การส่งเสริมการขายอาจมาจากสถานศูนย์ยอดขายตอก แต่ก็ต้องพิสูจน์ให้ได้ว่ายอดขายที่ศักดินั้น มาจากการตอกชั่วคราว เช่น เป็นช่วงปิดเรียน ปัญหาดูถูก แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึง ก็คือต้องไม่เป็นเพาะๆในคงสร้างของประเทศไทยตัวเปลี่ยนไป หรือคุณภาพการให้บริการการขายลดลง สูญเสียมีทางเลือกอื่นที่จะซื้อมากขึ้นถ้าเป็นเห็นนั้น ทางออกที่สำคัญก็คือ การส่งเสริมประสิทธิภาพ การบริหารในมี หรือทบทวนรายการลูกค้าที่นำเข้ามาขายในร้าน และสถานศูนย์ของการจัดระบบการซื้อไม่ได้ ทำให้มีสินค้าต่างในสต็อกมาก เมื่อเวลาผ่านไปสินค้าต้องกล่าวจากเสื่อมสภาพได้ และถ้าขายไม่ออกก็จะกลายเป็นต้นทุนของร้านไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดระบบการส่งเสริมการขายขึ้น เพื่อนำทางระบบทายสินค้าที่ดีงามอยู่ และเป็นทางออกของกรณีลูกค้าขาดทุน

อย่างไรก็ตามการจัดระบบการส่งเสริมการขายของร้านค้าปัจจุบันถูกที่เป็นคุณภาพเดียว นั้น ต้องคำนึงถึงเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่ดความสามารถของร้านที่มีอยู่ โดยใช้เงินน้อยที่สุด อาจ จะทำอย่างสม่ำเสมอ หรือจัดเป็นครั้งคราว โดยพยายามแต่งแต้มสินของร้านให้ปานามาและ พึงจะลึกเสมอว่า “บางทีเห็นว่าการขายไม่จำเป็นต้องให้ภาคเป็นจุดเดียวไป” (โซนท่าวัยภาคพิเศษ, 2539 : 31-35)

เคล็ดลับการแบ่งการส่งเสริมการขายของร้านค้าขนาดเล็ก

การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในบุคใหม่ก็อ่อนเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้ยอดขายสูงขึ้น โดยเฉพาะต้องสร้างหัวใจร้านค้าขนาดใหญ่ ทำได้โดยไม่ต้องอาศัยการติดต่อขายของบริษัทที่ห้ามขายของ เนื่องจากมีกำลังที่พอเพียง แต่ถ้าร้านใช้วิธีขายแบบเดิมมีพื้นที่ร้านแค่ 1-2 ถูนา สาขาก็ไม่มี ภาระด้วยการขายเองก็คงจะยาก ดังนั้น การให้บริการที่นำเสนอสินค้ามาจ้าหน่ายเป็นผู้จัดการพิเศษเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายให้ เช่น การติดไปสัมมนา อบรม การซื้อห้องเช่า ของ ผู้รับรองให้สินค้า เพื่อทำให้สินค้าแลดูโดดเด่น และถ้าภายในร้านมีหมวดของสินค้า

มากมายหนุนเทียนอยู่ในร้าน และเจ้าของร้านมีการติดต่อกับผู้ขายหลายบริษัท กิจกรรมการซื้อ
เสริมการขายของบริษัทเหล่านั้นที่นำมาจัดให้แก่ทางร้าน จะสับกันไปฟ่ายเพิ่มเติมชีวิตชีวา
และสีสันให้กับร้านได้เป็นอย่างดี โดยเจ้าของร้านแทนไม่ต้องลงทุน และลงแรงด้วยตนเอง
(ใช่ว่าทุย ภาคพิศดาร, 2539 : 27-29)

แนวทางการตัดสินใจซื้อสินค้า เร้าร้าน

การตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านค้าให้ห้าง ใช้ชื่ออยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ (จัดรับ
ตอบรับพัณฑ์, 2537 : 75-77)

1. การตัดสินใจด้านร้านค้า (Store Decision) ชื่ออยู่กับห้ามคิด ความรู้สึกต่อร้านค้านั้น ๆ
 เช่น การเลือกร้านค้าขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ราคา บริการ และสิ่งแวดล้อม การตัดสินใจเกี่ยวกับ
 การแสดง และข้อวางแผนค้า ปฏิกริยาของลูกค้าที่มีต่อร้านค้า
2. การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Selection) ชื่ออยู่กับห้ามคิดต่อผู้ประกอบการ
 ธุรกิจและยังห้าม สิ่งดึงดูดด้านราคา รวมทั้งความต้องการใช้ เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อ
 สินค้ายี่ห้อนึง ชื่ออยู่กับความต้องการซื้อ ความต้องการซื้อต่อไปนั้น ๆ ว่าชอบมากน้อยเพียง
 ใด การตัดสินใจซื้อโดยอับพัณฑ์รับสินค้าประเภทสบายนักมากกว่าประเภทอื่น
3. การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการซื้อ เช่น ลังเดี่ยวจะไปจับจ่ายซื้อสินค้าตามร้านที่มีระยะ
 ทางไกล ในวันสุดสัปดาห์ นิยมซื้อสินค้าในร้านที่สามารถมีบริการครบถ้วนประเภทเพียงแห่ง
 เดียว ลูกค้าที่มีการศึกษาสูง มักจะมีการวางแผนการซื้อย่างเป็นระเบียบ

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

นักการตลาดได้พยายามศึกษาและแบ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตามเกิดเป็นทฤษฎี
 ที่หลากหลาย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาและตัดสินใจ ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวถึงด้วยแบบ
 การซื้อของคอตเลอร์ (Kotler, 1991 : 164) ที่พอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค¹
 ประกอบด้วยสิ่งทั้ง 2 ฝ่าย ได้แก่ สิ่งเร้าทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ส่วนประสมของกิจกรรมตลาดหรือ
 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจ้าน่าย และการส่งเสริมการตลาด และส่วนที่ 2 ได้แก่ สิ่ง
 แวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และ
 วัฒนธรรม สิ่งเร้าทั้ง 2 ฝ่ายนี้จะเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ เรียกว่า ตัวป้อนเข้า (Input)
 เพราะจะเป็นตัวกระตุ้นที่เร้าสุกชักของผู้บริโภค เรายังคงเห็นเป็นกล่องดำ (Black Box) ซึ่ง

ประกอบด้วยลักษณะของผู้รับที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่ได้รับ และผ่านกระบวนการตัดสินใจซึ่งของผู้บริโภค จนกระทั่งปรากฏผลของการ (Output) ในลักษณะของการตัดสินใจหรือการตอบสนอง (Response) คือ ชื่อหรือในชื่อ

พฤติกรรมการซื้อในกิจการร้านค้าปลีก

พฤติกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด กับกิจการร้านค้าปลีกอย่างมาก ซึ่งกระบวนการซื้อเป็นเรื่องของสภาพแวดล้อมของร้านค้าปลีกกับผู้บริโภค การตัดสินใจที่ใช้กับร้านค้าก็เป็นลักษณะเดียวกับการตัดสินใจเรื่องผลิตภัณฑ์ และคลาสสินค้า คือ ต้องผ่านกระบวนการ การตั้งแต่การตรวจสอบดึงปัญหา การค้นหาสิ่งที่ต้องการ การประเมินผล ทางเลือก และผลให้ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกอาจจะเกิดการตั้งใจไปซื้อสินค้าที่ต้องการหรือไม่ ดังใจซื้อ เพียงแต่ไปเดินดูแล้วเกิดความต้องการ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าแล้วเกิดความพอใจก็จะซื้อสินค้าอีกเป็นประจำ

ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ผู้บริโภค มีการเลือกร้านค้า โดยพิจารณาจากด้วย กำหนดเวลา ฯ ให้แก่ ทำให้ต้อง ความก้าวและลึกของປະເທດผลิตภัณฑ์ ราคา การโฆษณา และ การสื่อสารปากต่อปาก การส่งเสริมการขาย บุคลากรในร้าน การบริการดีๆ ลักษณะของร้าน และถูกด้วยของร้าน นอกจากนี้ จึงควรพิจารณาที่มีอิทธิพลต่อการที่ผู้บริโภคจะเลือกร้านค้า (สมบูรณ์ สวนจ่าเริญ, 2532 : 249) และจากการวิจัยผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ผ่านมา ได้รู้ได้เห็นว่า มีปัจจัยที่เป็นตัวตัดสินใจของผู้บริโภคในการที่จะเลือกไปซื้อสินค้าจากห้างที่ไหน ได้แก่ ความสะอาด และความสมบูรณ์ (พราหม ศรีประที, 2537 : 73)

ความสะอาด ในที่นี่หมายถึง การเดินทางต้องใช้เวลาไม่นานนัก ต้องไม่มีอยู่ในย่านรถติดนานนี้ อาจกำหนดตระยะทางการเดินทางได้แม่นอน และที่สำคัญที่สุด ก็คือต้องอยู่ในแนวทางของการเดินทางที่คุ้นเคย

ความสมบูรณ์ ในที่นี่หมายถึง ความพิถีพิถันในการจัดหน้าสินค้า บริการ และมีการจัดกิจกรรมให้มากที่สุด เพื่อที่จะได้ลูกค้าทุกกลุ่ม ซึ่งจะได้ติงดูใจลูกค้าที่อยู่ใกล้ๆ และมีอุปสรรคต่อการเดินทาง

สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเกี่ยวกับการขายปลีก (มีนา ภานุวนพวงศ์ ม.ป.ป. : 8)

1. การวิเคราะห์ลูกค้า ถูกรวบรวมด้วยต้องการอะไร และดำเนินการให้เหมาะสมสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้
2. รือเสียงของลินค์และสถานที่ขาย ซึ่งต้องเป็นสิ่งที่สำคัญ
3. ความสามารถในการสร้างลินค์แบบๆ ในเมือง มาเสนอ
4. การให้ความพึงพอใจเป็นส่วนตัวแก่ลูกค้า

ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก

1. ประเมินศูนย์บริษัทการค้ารายของธุรกิจ ในพื้นที่ ซึ่งอาจจะถูกใจจากยอดขายของคุณ เช่น ห้องมุมจากพื้นที่ขนาดกลาง พนักงานขายของผู้ผลิต หรือศูนย์ร้านค้าปลีกที่มีตักษณ์ใกล้เคียงกัน
2. พฤติกรรมของผู้ซื้อในลินค์แต่ละคน เช่น ลินค์ประเภทอาหาร หรือของใช้ประจำบ้าน ผู้ซื้อมีความต้องการซื้อประจำ ควรตั้งอยู่ใกล้บ้านของผู้ซื้อ ลินค์ลินค์ประเภทที่ต้องมีการเปลี่ยนเที่ยบ เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ใกล้บ้านผู้ซื้อ
3. ทางเดินเท้าของผู้บริโภค ต้องรังสรรค์พิจารณาได้แก่ จำนวนของผู้ลัญจราปีมา เพศ และช่วงอายุของคนที่สัญจรไปมาประจำเดือนนั้น ๆ ที่มีคนฝ่าฟันไปมาอย่างหนาแน่น
4. ทำเลที่ใกล้กับบุตรของชั้นอ่อน ๆ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ และเปลี่ยนเที่ยบจากหากว่าต่าง ๆ ได้
5. ความสามารถเชิงโปรดักส์ ย่อมเป็นปัจจัยที่สำคัญของการเข้าร้านค้าของผู้บริโภค
6. ตักษณ์ของสภาพแวดล้อม การเลือกตั้งร้านอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีปราศจากสิ่งรบกวน เช่น กวัน ผุนละออง กลิ่น เสียงดังรบกวน อยู่ใกล้กองขยะหรือโรงพยาบาล ถนนไม่มี秩序 ในสภาพที่ดี ชำรุดทรุดโทรม
7. ค่าใช้จ่ายน้ำดื่มน้ำทั้งไปในกิจการกับผลตอบแทนที่ได้รับ
8. ที่ตั้งของสาขา ในกรณีที่เป็นธุรกิจลูกโซ่ (Chain Store) ควรเลือกตั้งการตั้งธุรกิจอยู่ใกล้เคียงกัน เพราะอาจจะเป็นการแย่งลูกค้ากันเอง
9. ผู้ของคนนี้ มีความสำคัญเพริ่งพุติกรรมของผู้บริโภค มักจะหาซื้อสินค้าในช่วงเย็นหลังเลิกงานแล้ว ดังนั้นที่ตั้งของร้านควรอยู่ผู้คนนที่ผู้บริโภคเดินทางกลับบ้าน

10. ใกล้ทางแยกไฟแดง ถ้าพิจารณาอย่างผิวเผินก็คิดว่าดี เพราะอยู่ในถนนใหญ่ มีรถผ่านไปมา แต่ถ้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ก็ย่อมจะพบปัญหาเรื่องการจราจรติดตันได้ (สุวิทย์ เปียร่อง, 2535 : 73-75)

สาเหตุที่ทำให้เกิดการค้าปลีกต้มเหลว

สาเหตุของความล้มเหลวของกิจการค้าปลีก แตกต่างกันของยกไปอาจจะเป็นเรื่องของ ห้ามที่ตั้ง ภาระสินค้าไม่ตรงกับความต้องการ แต่ก็มีกิจการค้าปลีกบางแห่งที่มีปัจจัยด้านอื่นๆ ดีทุกอย่าง เช่น มีเงินทุน มีกำลังที่ดี สนใจที่เหมาะสม แต่ประสบความล้มเหลวได้ ทั้งนี้ เพราะขาดการบริหารที่ดี (Poor Management) จากสถิติพบว่า 70% ของความล้มเหลวนามากเนื่องจาก ผู้บริหารขาดศรัทธาสมบูรณ์ทำให้มียอดขายไม่เพียงพอ หากประสาทเชิงภาพในการ ดำเนินธุรกิจในภาวะที่มีการแข่งขัน บริหารสินค้าคงคลังไม่ดี เพาะกิจการค้าปลีกจะมีปัญหา มากในช่วง 2-3 ปีแรก หลังจากนั้นแม้จะประสบการณ์ของผู้บริหารค้าปลีกจะยังทำให้มีโอกาส มากยิ่งขึ้น (สุวิทย์ เปียร่อง, 2535 : 68)

ร้านค้าปลีกกับการบริการ

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการในร้านค้าปลีกได้แก่

1. การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้าร้าน โดยการล้างหักห้ามท่าให้ลูกค้าประทับใจ และดูเป็นกันเองมากขึ้น
2. การใช้ภาษาอุปภาพ พนักงานในร้านควรใช้ภาษาอุปภาพที่มนุสตา ควรใช้ภาษาราชการ หรือภาษาบริการเท่านั้น
3. การให้เกียรติลูกค้า ไม่รังจับผิดลูกค้าว่าจะไม่ยอมสินค้า ควรป้องกันของหายโดยวิธี อัน เช่น ติดกระจาด หรือสัญญาณกันชนนิยม
4. ยิ้มแย้มแจ่มใสและบริยาอุปภาพ มีมารยาทในการให้บริการ ฟังมองสินค้าด้วย ความทุ่มเท ไม่กระแทกกระแทก
5. ภาษะหนึบ惚惚 ต้องปรับเปลี่ยนอุบงบราหุสินค้าให้ทันสมัย
6. การติดป้ายราคาสินค้า ทำให้ลูกค้าสะดวกในการจะเก็บงบประมาณในการซื้อสินค้า

ร้อยปรับปูงหน่อน้ำเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่ให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ นอกเหนือจากการบริการที่ดีแล้ว สินค้าที่ขายต้องมีคุณภาพที่ดีด้วย รวมทั้งภารกิจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

นอกจากมีจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นอย่างหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ แล้วเข้าของร้านค้าอยู่เป็นประจำ ก็คือ ประดิษฐ์ทางเข้าที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน จะเป็นร้านที่น่าเข้ามาก กว่าร้านที่มีประดิษฐ์ (โนราห์ วิภาสสวัสดิ์โยธิน, 2537 : 78-79)

ตัวแบบทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง (ไกรฤทธิ์ บุญยเกียรติ, 2535 : 210-224)

ตัวแบบที่ทำให้การทดสอบมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในยุคหลัง คือ การประยุกต์
ตัวอย่างเด่นชัดของครอบครัวชนชั้นกลาง หรือที่มีลักษณะของการบริโภคสินค้าเมื่อระบบมาก
ขึ้น

ด้านตัวเรียนค้า

มีการเจาะลึกลงไปเป็นยุคマーกรากศักดิ์เชิงมันที่แท้จริง และศึกษาเรื่องความมีการพัฒนาทางด้านคุณภาพอย่างละเอียดลงไปจนถึงความต้องการของลูกค้า หากก็เป็นเครื่องสะท้อนคุณภาพของสินค้า

ช่องทางการจัดงานนี้อย่างไร

มีการทดสอบระบบป้องกันอย่างหนักได้ด้วย รวมทั้งความพ่ายแพ้ของผู้ทำตลาด และเจ้าของสินทรัพย์เริ่มจะมีบทบาทในการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น มีการสร้างโภตัง และที่ผ่านมาของประจําจังหวัด มีการตั้งร้านค้าปลีกเอง

ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

มีการใช้มือปราบทำมากวัน แล้วมีการใช้การวิจัยเข้ามาทำผลลัพธ์อย่างกว้างขวางเพื่อวัด
กิจกรรม และค่าใช้จ่ายทางการตลาด

การจดจำและการเรียนรู้

การลด แลก แจก แถม หรือการโปรดีซึ่ง เริ่มมีการวัดผล เพราะราคาค่าเชื้อน้ำสูง การโฆษณาเริ่มมีการคาดหมายที่จะทำตลาดแบบแม่น กลยุทธ์เป็นได้เริ่มมีการตั้ง ภาระภาษีคงที่ให้มีอัตราของผู้ซื้อมากขึ้น มีการพยายามเข้าหาลูกค้ามากขึ้น มีใช้ความพยายามของการขายเพิ่มขึ้น แต่เป็นการขายทางการตลาดด้วย

ພາດຕີກອງຮມາຈອງສູ່ປະລິການ

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพุทธิกรรมของผู้บวชในอดีตก็คือ อิทธิพลทางด้านภูมิศาสตร์ เช่น อยู่ในกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด แต่ปัจจุบันได้แปรเปลี่ยนเป็นอิทธิพลอื่น เช่น ศักยานุภาพ ประชากรศาสตร์ ได้แก่ การศึกษา อายุ มีบทบาทในเรื่องการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ยังมีเรื่องของพุทธิกรรมศาสตร์ tdu ต้องทำงานและเรียนหนังสือ แม้บ้าน ต้องซ่อนปั้งตอนเด็ก ทุเบอร์มาร์เก็ตก็เลยเปิดขึ้น และเรื่องของจิตศาสตร์ เช่น เวลาซื้อของก็ต้อง นึกว่าตัวเองเป็นใครมากขึ้น เช่น การซื้อเสื้อผ้าจะต้องซื้อให้เข้ากับสไตล์ของตน เช่นความ รู้สึก และพุทธิกรรมว่าตัวเองเป็นใคร และกล้าที่จะใส่ตามบ้าน

ธุรกิจค้าปลีกไทย ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด

ธุรกิจค้าปลีกถือว่ามีความใกล้ชิดกับผู้บวชในโดยตรงและพุทธิกรรมของผู้บวชก็ส่ง ผลกระทบกับธุรกิจค้าปลีกมาโดยตลอด เพราะวิถีชีวิตร่องรอยของประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากอันเป็นผลมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนเมื่อกำลังขึ้นสูงขึ้น ย่อมส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีก และในขณะเดียวกันก็กลับไป เกิดความยุ่งยากในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันที่สูงขึ้น พุทธิกรรมผู้บวชในประเทศไทยเปลี่ยนไป จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจในเกณฑ์ที่ต้องการต่อเนื่องทำให้ ธุรกิจค้าปลีกในต่างประเทศก็เริ่มทยอยเข้ามีส่วนร่วมในการในประเทศไทยมากขึ้นตามลำดับ จาก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ธุรกิจค้าปลีกไม่เว้าเลิกหรือในส่วนที่องค์ประกอบทางด้านการค้าปลีกในอนาคต ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการ และการให้บริการให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในอนาคตผู้ประกอบการค้าปลีก ที่สามารถพัฒนาอุปสรรคและปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องเหมาะสมกับ สภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปได้ ก็จะเป็นผู้ที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในระบบธุรกิจค้าปลีกที่ยังมีโอกาส เจริญเติบโตได้อีกมากในอนาคต (นราธิ ลือกุลวัฒนาชัย, 2534 : 30) และสำหรับธุรกิจขนาด เด็กนั้น ถึงแม้ว่าจะมีอุดต้องกว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในด้านเงินทุนและจำนวนต่อรองกับผู้ ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนสินค้าที่วางจำหน่ายอาจมีผลกระทบทุกประการเนื่องจาก ค้าปลีกขนาดใหญ่ แต่ก็มีความได้เปรียบที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้ กล่องดังว่าตลาดค้านรูปแบบการให้บริการที่สัมพันธ์กับผู้บวชกันอยู่แล้ว ค่อนข้างมาก เป็น จุดเด่นที่สามารถสร้างกลุ่มลูกค้าประจำได้อย่างเหนียวแน่น ทำให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กยังคง มีบทบาทอยู่ในวงการค้าปลีกของไทย (นราธิ ลือกุลวัฒนาชัย, 2534 : 36)

ข้ออย่างไรให้ได้กำไร

จากคำกล่าวที่ว่า การซื้อที่ดีย่อมเท่ากับการขายสินค้าไปครึ่งหนึ่งแล้วในธุรกิจค้าปลีก ทั้งนี้มีหลัก 6 ประการที่สำคัญของการซื้อ (Six Dimensions of Merchandise Buying) ซึ่งได้แก่ (ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธุ์, 2538 : 67-68)

1. Right Type สินค้าที่จะซื้อต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจที่ทำอยู่ ต้องมีความสอดคล้องกับแนวคิดของธุรกิจ
2. Right Quantity การซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม ไม่ใช่ซื้อมากครั้งละมาก ๆ ถึงแม้ว่าจะถูก แต่ก็ต้องเก็บคงไว้เป็นปีกกว่าจะขายหมด สินค้าก็เสื่อมคุณภาพลงได้ และก็ไม่ใช้ผู้ผลิตสินค้าขาด ทำให้ขาดโอกาสขาย การสั่งซื้อควรคำนึงถึงช่วงเวลาให้สอดคล้องกับการขาย
3. Right Time การซื้อสินค้าต้องให้เหมาะสมกับเวลาที่ต้องการขาย ทั้งในเรื่องฤดูกาล และภูมิภาคที่ซื้อสินค้า
4. Right Price ราคาที่ดีไม่ได้มายความว่าราคาถูก แต่ราคาที่ดีหมายถึงราคานี้เราซื้อมามีกำไรและสามารถขายในราคาที่ถูกค่านิคมความพึงพอใจ
5. Right Quality สินค้าที่ซื้อต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมกับแนวคิดของธุรกิจของคุณ ถูกค้าเป็นนายสินค้าที่มีคุณภาพดีไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงเสมอไป แต่จะดีกว่าเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคเชื่อว่ามีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ
6. Right Place การซื้อสินค้าต้องสอดคล้องกับทำเลที่ตั้งของร้านและถูกค้าในท้องถิ่นนั้น ๆ ไม่ใช่ในท้องถิ่น ถูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ แต่ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีนิ่งมาจำหน่าย ก็คงขายไม่ได้

การจัดวางสินค้าที่ดีเป็นการเสริมร้านค้าให้เด่น

การจัดวางสินค้าที่ดี เป็นการเตรียมร้านให้ร้านค้าเด่นได้ ลิ่งที่ควรจะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ต้องมองกันที่รักษาราชการอย่างไร หรือตัวแทนจำหน่ายที่เคยสั่งสินค้าเข้าร้าน โดยยิ่งคุณลักษณะ ถ้าหากซื้อรักษาอย่างไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้บ่อยครั้งได้ตามต้องการ เจ้าของร้านควรเหลือพื้นที่ให้แก่สินค้ารายกรนั้น ๆ ให้มากพอสมควรกับการขายในระยะยาว เป็นการกันสินค้าเผื่อขายในให้ขาดตกบกพร่อง แต่สินค้าที่ใช้พื้นที่ขายในห้องนั้นมาก สินค้าห้องนั้นต้องขายดีด้วย และถ้าหากร้านมีทำเลที่ดีมาก แต่เจอปัญหาพื้นที่ในร้านไม่เพียงพอ ทำให้ห้องของในร้านมีจำนวนจำกัด ในกรณีนี้เจ้าของร้านต้องการมั่นคงรายรับสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้ลดสิน

ค้าที่ไม่เคลื่อนไหวลงແส້ວເຕີມຮາຍກາສິນດ້ານໃໝ່ມາກີ່ເຕີມມາກັ້ນ ສໍາໜັບຫຼັກກາຮັດກາ
ເກີ່ຂັບກັນກາຮັດເລືອກສິນດ້ານເຊົາຮ້ານທີ່ດີທີ່ສຸດ ອີ່ດ້ານຍືດດີ່ກໍອການດ້ອງກາຮັດອຸກດ້ານເປັນສໍາຄັນ ໂດຍ
ອາຍຸ່ນຫລັກກາຮັດ ທີ່ສາມາດຄົນອະນາສິນດ້ານທີ່ດ້ອງກາຮັດໄດ້ຈ່າຍທ່ອກສ່ວນ ແລະຈ່າຍດ່ອ
ກາຮັດຍືນອອກຈາກຂັ້ນວາງ (ໃຊ້ວ່າງ ກາຄພຶດຄາ, 2539 : 12-15)

ກາຮັດຂຶ້ອຍຸກໃໝ່ຕີອ້ອ້ວໃຈຂອງດັນຖຸນ

ກາຮັດຂຶ້ອຍຸກ ຕີ່ ສ້ອງໃນປົມາດນັກແລະຄາຄຸງ ເພື່ອສິນດ້າຈະໄດ້ມາຫຼັກຄົດ ນັດກ
ເກີນທີ່ພຶກປົງປົງຕົກກັນຕີ່ ທ່ານຍ່າງໄກ້ຂາຍສິນດ້າໄດ້ມາກທີ່ສຸດ ແລະວິທີໃຫຍ່ມີດັນຖຸນທີ່ດູກທີ່ສຸດ
ໂດຍເຂົາພະເວົາມີດັນຖຸນດູກທີ່ສຸດກົບກຳລາຍເປັນຄູ່ຮັບທີ່ມີຮັບຮ້ານຮ້ານທ່າງ ທ່ານຍາມກົດວິວທີ່
ເໝາະສົມກັບຕົວເອງ ອ່າງໄກ້ທຸກກາຮັດດັນຖຸນສິນດ້າທ່ານໄດ້ຈ່າຍທີ່ສຸດ ຕີ່ ກາຮັດຂຶ້ອຍຸກແລະ
ຈົ້າໃໝ່ ຈາກທີ່ກ່າວວ່າ ກາຮັດຂຶ້ອຍຸກຫ້ວໃຈຂອງດັນຖຸນກາບວິຫາຮອງສິນດ້າປັບປຸງທ່ານໄດ້ ແລະ
ປັບປຸງການແໜ່ງຮັນຊອງແຕ່ລະຮ້ານດ້າຈະມູ່ງເຈາະກູ່ມູ່ງອຸກດ້າເຂົາພະເວົາອຸ່ນ ທ່ານໄຮ້ຮ້ານນັ້ນດ້ວຍ
ແລື່ຢັນແປງຮະບັນກາຮັດຂຶ້ອຍຸກມູ່ງແຕ່ຈະສົ່ງຂຶ້ອຍຸກມູ່ນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ເຫັນວ່າມີຫຼັກສິດ
ແກ່ນທີ່ຈະຈົມປັກຕິດອຸກມູ່ງແຕ່ຈະສົ່ງຂຶ້ອຍຸກມູ່ນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ເຫັນວ່າມີຫຼັກສິດ
ເອົາຮັນນັ້ນ ໃຊ້ວ່າງ ກາຄພຶດຄາ, 2539 : 40)

ຮ້ານດ້າປັບປຸງແບບແພ່ວນໄໄສ

ຮ້ານດ້າປັບປຸງແບບແພ່ວນໄໄສ (Franchise) ຕີ່ ຮ້ານດ້າປັບປຸງທີ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຫຼືໄດ້ຮັບສິທີ (Licensing) ຈາກໜ້າຂອງຮ້ານແພ່ວນໄໄສ (Franchisor) ໄປປະກອບຄູ່ກົງຈາຍສິນດ້ານຫຼືອົບອົກາຮັດໄດ້
ກາຍໄດ້ສິທີປະໂຫຍດນັກໃຊ້ຊື່ອກາຮັດ (Tradename) ດຽວສິນດ້າ (Trademark) ເຫດຜົນໃນກາຮັດ
ສິນດ້າຫຼືກາຮັດໄຟ້ກາຮັດ ຕດອດຕານວິທີການໃກ່ຕ່າມເນີນຄູ່ກົງຈາຍເຈົ້າຂອງແພ່ວນໄໄສ
(ຖານ ເພີ້ນໄໄສ, 2534 : ໄນປ່າງກູງເຫັນນັ້ນ)

ຄວາມເປັນມາຂອງຮ້ານດ້າປັບປຸງແບບແພ່ວນໄໄສ (ພົງປະເກີດ ປັບປຸງຈາກພູດ, 2535 : 10-13)

ຮ້ານດ້າປັບປຸງແບບແພ່ວນໄໄສມີມານານກວ່າ 150 ປີ ໂດຍມີຈຸດກໍາເນີນໃນປະເທດຫຼັງ
ອາເນົາ ສໍາໜັບປະເທດໄທຍ້ນັ້ນ ຄູ່ກົງຈາຍແບບແພ່ວນໄໄສໄດ້ເຂົາມາມີບຫາການກວ່າ 30 ປີແລ້ວ ໂດຍ
ໃນຮະບະແຮກທີ່ເຂົາມາສູ່ປະເທດໄທຍ້ນັ້ນ ແລະຍັງຄົງໄດ້ເຫັນໃນປັບປຸງ ຕີ່ ຄູ່ກົງຈົບັນນັ້ນເຊື່ອເພີ້ນຕ່າງ ຈ່າຍ
ຕ່ອນມາໃນຊ່າງຮະບະເວລາສົງຄຣາມເຕີມຕາມ ໄດ້ມີຄູ່ກົງແພ່ວນໄໄສເຂົາມາເຕີມເຕີມອົກຈຳນັນນີ້

การดำเนินการในธุรกิจแฟรนไชส์นั้น มีลักษณะการดำเนินการโดยแยกออกเป็นลักษณะทั่ว ๆ ดังนี้

1. การซื้อสิทธิ์ในด้านเทคนิค หรือ "Know How" เป็นลักษณะการดำเนินงานที่บริษัทเจ้าของสิทธิ์ (Franchisor) ให้ความรู้หรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจแก่ผู้ซื้อสิทธิ์ (Franchisee) โดยไม่ได้มีการร่วมลงทุนหรือมีทรัพย์สินร่วมกัน

2. การดำเนินการในรูปของกิจการจัดสาขา (Wholly-Owned Subsidiary) เป็นการดำเนินงานที่บริษัทของเจ้าสิทธิ์ (Franchisor) เข้ามาดำเนินการดูแลและจัดการบริหารงานในสาขาหนึ่ง เช่น เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากิจการที่เปิดดำเนินการนั้น มาตรฐานเดียวกันกับการดำเนินงานในกิจการอื่น ๆ ของตน

3. การร่วมลงทุน (Joint-Venture Arrangement) เมื่อการดำเนินงานร่วมกันโดยที่บริษัทเจ้าของสิทธิ์ (Franchisor) และผู้ที่ได้รับสิทธิ์ (Franchisee) ทดลองร่วมกันด้วยทั้งสองฝ่าย ทางสิทธิ์เดิม (Franchisor) จะได้รับส่วนแบ่งผลกำไรหรือมีส่วนร่วมลงทุนในลักษณะมีหุ้นส่วนอยู่ในกิจการร่วมกันนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์ในเมืองไทยนั้นได้มีลักษณะการดำเนินทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ เกณฑ์ที่ฟรายเดิร์กเก้น แม็กไดแอนด์ พิชชาร์ท เอคก์พิชชาร์ แอนด์ อีเลฟเว่น ลูเคนเช่น บีมเน็มแอนด์คิวบีชอร์ตต์ ฯ เป็นต้น

สาเหตุสำคัญที่ทำให้การค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ได้รับความนิยม

หากพิจารณาดังสาเหตุที่เป็นแรงจูงใจ ให้นักธุรกิจหันมาลงทุนในด้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์มากขึ้น พอยจะดำเนินกิจการนี้ ก็ขอ

1. ในเรื่องผลประโยชน์ที่เจ้าของสิทธิ์ (Franchisor) จะได้รับ อาทิ

1.1 การสามารถเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ได้จากผู้ที่ประสงค์จะขอรับแฟรนไชส์ ซึ่งจากค่าธรรมเนียมที่ได้รับนี้ เจ้าของสิทธิ์เดิมสามารถนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนกับกิจการต่อไปได้

1.2 การที่เจ้าของแฟรนไชส์สามารถขยายกิจการไป โดยที่ตนเองไม่ต้องลงทุนเองทั้งหมด

ກົດສູງສຳຄັນຮາມວິຊາທຸກອະການ

ກິລົງໂຕ

- 21 -

1.3 ຈ່າຍປະຫຍຼດໃນການເສີຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ໂດຍເພັະຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຄົງທີ່ (Fixed Over-Head Expenses) ສຶ່ງຜູ້ຮັບສິທີຈະເປັນຜູ້ຮັບກາຮະອນນີ້ໄວ້ (ໃນກຣນີ້ທີ່ເຈົ້າຂອງສິທີໃນຕົ້ນການໄປເປົດຖືກ ກາຮະອນຄຸນແອງທີ່ຕົນເອງເປັນເຈົ້າຂອງທັ້ງໝົດ)

1.4 ເຈົ້າຂອງແພຳນໄຊສ ຈະໄດ້ຜູ້ຮັມຮັບຜິດຮອນ (ຜູ້ຈັດກາງ) ທີ່ມີປະສິທີກິພາມກົ່ນໃນ ຊຸກກິຈຂອງຄຸນແອງ ເພົະຜູ້ທີ່ປະສົງຄົງຈ່າຍຮັບສິທີໂດຍທ່ານໄປຢ່ອມມີການຕັ້ງໃຈທີ່ຈະປະກອບຊຸກກິຈ ໄທ້ປະສົບຄວາມສໍາເລົງ ຕັ້ນນີ້ ຈຶ່ງເກັ້ນເຈົ້າຂອງສິທີຈະໄດ້ຄຸນທີ່ມີການຕັ້ງໃຈເໝາະຈ່າຍໃນຊຸກກິຈ ຂອງຄຸນນູ່ຄຸດເວລາ

2. ໃນຮູ້ນະຜູ້ຮັບສິທີໃນການຄ້າ (Franchisee) ຈະໄດ້ຮັບຜົດປະໂຍນນົດຕອບແກນ ຕີ້ວ່າ

2.1 ໃນຕ້ານຄວາມໄຟແມ່ນອນຮັບຄວາມເຕີມຕ່າງໆ ຈະຄົດນ້ອຍຄົງເຫງົາຊຸກກິຈທີ່ຮັບສິທີ ມາໄດ້ປ່າກງຽກຄວາມສໍາເລົງມາແລ້ວໃນອົດຕືບ ພ້ອມທັງເປັນຊຸກກິຈທີ່ມັກມີຮູ້ເສີຍເປັນທີ່ຍອມຮັບອູ່ແລ້ວ

2.2 ຜູ້ນິໂຕຍອນຮັບໄດ້ໜ້າຍກວ່າກາຮະສ້ວນສິນຄ້ານ້ອຍກິຈກາຮະອນຄຸນແອງຮັ້ນມາ

2.3 ຜູ້ຮັບສິທີຈະໄດ້ຮັບຄວາມຊ່າຍແລ້ວໃນຕ້ານກາຮ່າໄດ້ຄຸນນິ້ກິ່າເກີຍກັບກາງຈັດກາຮ່າ ຮັບກາບວິຫາກິຈກາງ ສົ່ງຈະເປັນທັກປະກັນໃນການສໍາເລົງຈາກເຈົ້າຂອງສິທີທາງການຄ້າ

2.4 ໂດຍທ່ານໄປກາຮະຫຼຸມກະຈະມີຮູ້ເສີຍເບີຍບໍ່ນ້ອຍກວ່າທີ່ຈະສ້ວນກິຈກາຮະນາດ້າຍຄຸນແອງ ຮັບກິຈເຮື່ມແອງຕັ້ງແຕ່ແຮກເຮື່ມ

ກາຮ່າງຈາກຄວາມພ້ອມຮອງຜູ້ທີ່ສັນໄຈໃນກາຮະອນສິທີປະໂຍນທາງການຄ້າ

ອ່າງໄກ້ຄວາມ ຜູ້ທີ່ສັນໄຈຈະເຂົ້າຮັບແພຳນໄຊສ ກາຮ່າງຈາກນາງຍາຍຕະເຂີຍຕ່າງໆ ໃຫ້ຂົບ ຄອບເສີຍກ່ອນທີ່ຈະຄັດສິນໄດ້ເຂົ້າຮັບແພຳນໄຊສ ໂດຍເພັະຍ້າຍື່ງຄວາມສໍາວັດຄຸນແອງຄົງການພ້ອມ ໃນຕ້ານຕ່າງໆ ໃຫ້ເຮີຍບ້ອຍກ່ອນ ຈາທີເຫັນ

1. ໄກສົງເຈົ້າຂອງແພຳນໄຊສ ກາຮ່າງຈາກສອນປະວັດຂອງເຈົ້າຂອງແພຳນໄຊສ ເພື່ອປະກັນ ຄວາມເຂື້ອຍ໌ໄດ້ໃນການທຳຊຸກກິຈ

2. ສິນຄ້ານ້ອຍມີກາຮ່າທີ່ອ່າຍາກຈະໄດ້ແພຳນໄຊສມານັ້ນມີສັກຍະນະເປັນສິນຄ້າທີ່ຂ່າຍໄດ້ທຸກທຸກ ກາຮ່າ ຮັບກິຈເຮື່ມແອງຕັ້ງແຕ່ແຮກເຮື່ມ

3. ອຸນຄມບັດຮອງເຫັນທີ່ເໝາະກັບກາຮະອນໄຊສນີ້ ເໝາະສມ້ອົງໄມ້ ເຫັນ ມີການ ພ້ອມໃນຕ້ານປະສົບກາຮ່ານີ້ ຄວາມຮູ້ໃນສິນຄ້າປະເທດນີ້ ຖຸກພາພ ຊຸປກຣນີ ເຄື່ອງນື້ອ ແລະ ຄວາມ ພ້ອມທີ່ຈະທຳການໜັກ ໂດຍເພັະຍ້າຍື່ງຄວາມສາມາດທີ່ຈະກັນກັນງານໜັກໆ ຖັນກັນ (ໂດຍ ເພັະກິຈກາຮະປະເທດຮ້ານອານາຈາ)

2

381.1

119210

ພ ၅၇၈

ໆ. 2

4. ความช่วยเหลือและผลประโยชน์ของไปรษณีย์ที่จะได้รับจากเจ้าของแฟรนไชส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเริ่มดำเนินการ
5. ในการเริ่มต้นกิจการนั้น จำเป็นต้องมีการฝึกฝนในด้านใดบ้าง และเขามีประสบการณ์เพียงพอต่อการฝึกฝนนั้นแล้วหรือยัง
6. ผลกำไรที่คาดหวังสามารถคุ้มค่าสิทธิที่ได้รับแฟรนไชส์หรือไม่ รวมทั้งมีการศึกษาวิเคราะห์อย่างถ่องแท้แล้วหรือยัง
7. ทำเลและอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ดีพอกหรือไม่ จะมีร้านค้าในลักษณะนี้ในบริเวณดังกล่าวหรือไม่ และหากหมดอายุสัญญาแฟรนไชส์จะมีโอกาสต่อสัญญาได้อีกหรือไม่
8. การศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสัญญาแฟรนไชส์ เช่น การเข้าสู่ระบบการปฏิบัติการทำงาน การควบคุม ขาดทุนและขาดทุน พร้อมทั้งการหมดอายุสัญญาของแฟรนไชส์ เป็นต้น
9. การศึกษาเกี่ยวกับข้อห้ามหรือข้อกำหนดที่ร้านค้าต้องปฏิบัติตามเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ พร้อมทั้งมาตรการควบคุม ตุลาการค้า
10. ควรให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย ตรวจสอบรายละเอียดและข้อตกลงต่าง ๆ ก่อน

ศึกสอนวิเนียนสโตร์สูตรรับฟรีสำนักแห่งประเทศไทย

ยุทธจักรแห่งการค้าปลีก เว็บไซต์ออนไลน์กระจากเงาที่สร้างขึ้นให้เดินถึงวิถีชีวิตรองผู้คนในท้องถิ่น รูปแบบร้านค้าปลีกที่แยกต่างกัน ขึ้นเป็นผลลัพธ์ของการผู้บริโภค และสภาพแวดล้อม อันๆ ในแต่ละพื้นที่แต่ละบุคคลมีระบบขั้นตอนการทำงานที่มีเปลี่ยนแปลงไปในบุคลิกของかれอย่างง่าย จับจ่ายสบาย ร้านค้าแบบออนไลน์สโตร์ เป็นร้านค้าปลีกที่มีแนวความ An ที่ให้ความสะดวกซื้อสำหรับผู้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง ด้วยรูปแบบของร้าน การจัดวางสินค้า การบริการของพนักงานขายต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายให้กับลูกค้า หรือก่อรุ่มเป้าหมายด้วยว่าจากที่สุภาพ หน้าตาดีมั่นใจ ใจใน มีข้อจำกัดที่ต้องมีความแตกต่างจากร้านค้าปลีกแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง ผู้บริโภคต้องนับถือความเชื่อมั่นของบริการตนเอง เปิดบริการ 24 ชั่วโมง และที่สำคัญทำเล ที่ดีจะต้องสะดวกต่อการจับจ่ายของผู้บริโภคมากที่สุด รวมทั้งรูปแบบของร้านทั้งภายในและภายนอก สิ่งที่กล่าวมาทำให้ธุรกิจประเภทนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อสามารถสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ผันเปลี่ยนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามบุคคลมี รวมทั้งสภาพแวดล้อมของสังคมถูกมองคับให้ใช้ชีวิตอยู่กับความสามารถกัน การจราจรที่ติดตันโดยเฉพาะเมืองใหญ่ ๆ และวัฒนธรรมด้านความคิดที่เข้ามาสู่สังคมไทย ทำให้ค่านิยมในสังคมไทยเปลี่ยนไป

จำนวนชื่อสูงรั้นจะทำให้ระบบการค้าปลีกเดินไม่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ อย่างเพียงพอ จึงเป็นจังหวะที่ร้านค่อนว涅ียนสโตร์เข้ามาประสบผลสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว (สุทธินี อุปนายชัย, 2536 : 65-66)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงศ์ศักดิ์ ปัญพจน์ (พงษ์ศักดิ์ ปัญพจน์, 2535) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหัวเม็ดของผู้บริโภคที่มีต่อการร้าน 7-Eleven ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบ พฤติกรรมการซื้อและใช้บริการของผู้บริโภค และต้องการทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ จากร้าน 7-Eleven รวมทั้งศึกษาเบรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยหัวเม็ด ระหว่างตัวแปรเพศ, อาชีพ, ระดับการศึกษา โดยศึกษาจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง 370 คน จาก ร้าน 7-Eleven 13 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง แบบสอบถามได้รับ คืนมา 360 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการหาค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแปรปรวน (F-test)

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในระดับสูงด้านต่าง ๆ คือ ชอบไปใช้บริการจากร้าน 7-Eleven ระหว่างเวลา 17.01-09.00 น. สินค้าที่ซื้อขึ้นมา ก็จะเครื่องดื่มและอาหาร สำเร็จรูป การนำไปใช้บริการมากที่สุดคือเดือนละ 2-4 ครั้ง ผู้บริโภครู้จักร้าน 7-Eleven จากการ แนะนำของเพื่อนและคนรู้จักเป็นส่วนใหญ่ การใช้เวลาในการเลือกซื้อของภายในร้านแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ ประมาณ 15 นาที ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบตรงกันว่า จะนำไปใช้บริการจากร้าน 7-Eleven อีก ด้วยเหตุผลที่ว่า หาซื้อของได้สะดวกและบริการดี ส่วนผู้บริโภคที่บอกว่าจะไม่ไปใช้บริการอีก ซึ่งมีน้อยมาก ให้เหตุผลว่ามีสินค้าให้เลือกน้อย และราคาค่อนข้างแพง นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความเห็นว่า ร้าน 7-Eleven นี้ ประชารชนจะมีความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเหตุว่า เป็นร้านที่มีชื่อเสียง และทำเต็มเหมาะสม ส้านรับพุติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในอันดับสุด ท้าย ได้แก่ เรื่องช่วงเวลาที่นำไปใช้บริการน้อยที่สุด คือ 24.01-06.00 น. สินค้าที่นิยมซื้อน้อย ก็คือ เครื่องประดับและข้อมูลนิทาน จำนวนครั้งที่นำไปใช้บริการที่น้อยที่สุดคือเดือนละ 1 ครั้ง สื่อที่เป็น ปัจจัยให้ผู้บริโภครู้จักร้าน 7-Eleven น้อยที่สุด คือ ใบปลิว ระยะเวลาที่ใช้ในการนำไปใช้บริการแต่ ละครั้งที่น้อยที่สุด คือ 60 นาที หรือมากกว่านั้น ผู้บริโภคที่มีความเห็นว่ากิจการนี้จะไม่เป็นที่ นิยมต่อไปนั้นไม่มี ปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการผู้บริโภคเห็นว่ามีภัยหนักแน่น กว่า

ในด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและใช้บริการร้าน 7-Eleven นั้น พนงว่า เห็นด้วย ผู้มีอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน, ผู้มีรายได้ 5,000 บาทต่อเดือนลงมา และผู้ที่มีภาระการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการไปซื้อหรือการใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด ในขณะเดียวกันเพศชาย, ผู้มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจ, ผู้มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป และผู้ที่มีภาระทางการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการไปซื้อหรือไปใช้บริการในระดับน้อย สำหรับการเบร์ชันเที่ยงความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการไปใช้บริการอยู่ในระดับน้อย สำหรับตัวแปรต่าง ๆ พนงว่าที่มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ได้แก่ เพศ, รายได้ และภาระการศึกษา และที่มีความเห็นไม่แตกต่างกันได้แก่กลุ่มอาชีพ

ผลการสำรวจของ “คู่แข่งมอนิเตอร์” ในหัวเรื่องพฤติกรรม การใช้บริการร้านค่อนวีเนียนสโตร์ โดยศูนย์อย่างจากคนกรุงเทพฯ จำนวน 300 ตัวอย่าง ที่มีอายุ 16-30 ปี รีบันไปแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างโดยใช้บริการร้านค่อนวีเนียนสโตร์ ร้อยละ 92.7 ในจำนวนนี้ กลุ่มอายุ 26-30 ปี มีการใช้บริการมากที่สุด และใกล้เคียงกับกลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไป โดยทั้งสองกลุ่มใช้บริการ ร้อยละ 96.0 และ 94.7 ตามลำดับ ส่วนเหตุ因ใจที่ทำให้ใช้บริการ เมื่อออกจากมหาวิทยาลัย ที่ต้องอยู่ไกลบ้าน สะดวกรวดเร็ว หาซื้อง่าย เป็นส่วนใหญ่ในส่วนที่เพ่ากัน คือ ร้อยละ 38.1 นอกเหนือนี้ได้แก่ เปิดบริการ 24 ชั่วโมง และมีสินค้าให้เลือกมาก (คู่แข่งมอนิเตอร์, 26 กรกฎาคม - 1 สิงหาคม 2536)

ไฟศาล รัชดาชัย (ไฟศาล รัชดาชัย, 2537) ได้ทำเครื่องเปรียบกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมินิมาร์ท ในเขตเทศบาลเมืองพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่อสินค้าในร้านมินิมาร์ท เพื่อความสะดวกว่างาน 24 ชั่วโมง ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน สินค้าที่นิยมซื้อมากที่สุด ได้แก่ ของใช้ประจำวัน เครื่องดื่ม และขนมต่าง ๆ ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด เวลา 17.00 - 19.00 น. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความมีการขยายร้านเพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเมื่อการเลือกร้านมากขึ้น ความมีการอบรมพนักงานขายเพื่อให้บริการที่ดี ควรขยายร้านมินิมาร์ทไปตามจุดสำคัญ ๆ ของเมืองหรือชานมี่อง สำหรับการเบร์ชันเที่ยงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมินิมาร์ท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา พนงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่รีบันอยู่กับบริการของพนักงาน ความสะดวกในการซื้อมาครั้งเดียวของสินค้า การตกแต่งร้าน การให้ส่วน

ลด การไม่ใช้ณาและประชาสัมพันธ์ และการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากการศึกษาที่รื้นเรื่องกับเชิงของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน และรายได้ที่รื่นเรื่องกับราคางานด้วยมาตรฐาน

ศูนย์ฯ ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาผลประโยชน์ของผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการ และรื่นเริงในห้างโดยอาสาสมัครภายนอก ห้างสรรพสินค้าหาดใหญ่ จำนวน 3 แห่ง โดยมีกิจกรรมด้วยจำนวน 673 คน ให้ไว้สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญให้กระจายในแต่ละชั้นของห้างทั้ง 3 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการในห้าง มีความตื้นสปิตอลคัร์รังหรือน้อยกว่าเดือนละครั้ง สำหรับความนิยมด้านสถานที่และความทันสมัย ซึ่งเหตุผลที่นิยม เพราะความสะดวกที่ส่วนกับการวิเคราะห์พฤติกรรม การแสวงหาผลประโยชน์ของผู้บริโภคแยกตามห้างสรรพสินค้า เพศ สถานภาพ สมรส และสถานที่ทำงาน แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบบุคลิกภาพ ภูมิปัญญา ภูมิปัญญาบุคคล เพศชายและหญิง มีความแตกต่างกันด้านความประนัยด้วย ความภาคภูมิใจ และหากแยกตามสถานภาพสมรสและสถานที่ทำงานมีความแตกต่างกันด้านความสะดวกอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผู้บริโภcmีความคิดเห็นควรปรับปรุงด้านการบริการและด้านการบริการและด้านราคานี้เป็นเรื่องสำคัญที่สุด

มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแม่น้ำประเทศไทย (IMET) (ไอเมทสัมพันธ์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 24, 2538) ได้ทำการศึกษาถึงความต้องการการฝึกอบรมของนักธุรกิจและศิษย์เก่า ไอเมท ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจไม่มีการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงภายในจังหวัดของตน และมองเห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภาวะโลกรุกหนักต่อธุรกิจ ซึ่งผลกระทบจะเป็นทั้งผลดีและอุปสรรคต่อธุรกิจ ผลดีคือทำให้ธุรกิจได้รับข่าวสารที่รวดเร็วขึ้น มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่วนผลเสียหรืออุปสรรคต่อธุรกิจคือมีการแข่งขันที่ผิดกฎหมายมากขึ้น มีธุรกิจจากภายนอกเข้ามาแข่งคลาด และมีการทำลายล้างงานแผลต้อมเพิ่มขึ้น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้นักธุรกิจมีความคิดในการขยายธุรกิจของตน โดยเฉพาะขยายในลักษณะของการเพิ่มขนาด ธุรกิจและขยายสาขาไปในต่างจังหวัด ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุน คือมีคลาดที่เพิ่มขึ้น มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับการลงทุน นอกจากนี้มีศักยภาพในการเพิ่มธุรกิจในอีก 5 ปีข้างหน้า นักธุรกิจเห็นว่าธุรกิจที่เพิ่มมากที่สุด คือ ชุมชนทางตอน รองมาคือ ธุรกิจด้านบริการ ธุรกิจพาณิชยกรรม ส่วนธุรกิจเกษตรกรรมน้อย

ในด้านปัญหาที่นักธุรกิจเห็นว่าสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ ด้านทรัพยากรบุคคลที่ยังขาดคุณภาพ และรองมาคือ ปัญหาด้านระบบการบริหาร การขาดแคลนแรงงาน และการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน

สำหรับปัญหาที่สำคัญของธุรกิจในจังหวัดพบว่าปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ การขาดความร่วมมือจากส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รองมาคือการขาดทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ และต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูง

ความต้องการการฝึกอบรม สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น คือ

1. เทคนิคในเรื่องของการบริหารทั่วไป
2. การบริหารธุรกิจเฉพาะประเภท
3. การบริหารเฉพาะเรื่อง

สำหรับรูปแบบในการอบรม นักธุรกิจมีความเห็นดังนี้

1. ระยะเวลาของการฝึกอบรม ประมาณ 3 วัน
2. ช่วงเวลาที่เหมาะสม ระหว่างเดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม
3. ลักษณะการบริหาร ควรแข่งขันทักษะในหัวข้อในระหว่างการคัดเลือก
4. สถานที่ฝึกอบรมควรตั้งตระหง่านภายในจังหวัด

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจุบันอุปสรรคต่อการดำเนินงานตลอดจนแนวทางในการแก้ไข โดยเฉพาะร้านค้าปลีกที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองและตุลาภิบาลของอำเภอรอบนอก ในเขตจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย สำหรับแหล่งรับมูลที่นำมาใช้ประกอบการศึกษา ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการสำรวจ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้แก่ข้อมูลจากเอกสาร และต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาและได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ ครุภัตยา ลุวรรณะวงศ์ ตรวจสอบเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนมีการทดสอบกับเจ้าของร้านค้าปลีกจำนวน 20 ร้าน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในตอนที่ 2 ที่เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีความเชื่อมั่น 0.60

2. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตเทศบาลเมืองและเขตตุลาภิบาลของอำเภอรอบนอกในเขตจังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย

3. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกร้านค้าที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งประกอบด้วย 9 อำเภอ และจังหวัดสุโขทัย ซึ่งประกอบด้วย 9 อำเภอ โดยผู้วิจัยได้ออกสำรวจจำนวนร้านค้าที่เข้าเกณฑ์ตามคุณลักษณะที่กำหนดให้ในช่องผู้ประกอบการ และร้านค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ เป็นร้านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถาม ในแบบสอบถามทุกร้าน ดังนั้น จึงทำให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 217 ตัวอย่าง ซึ่งในบางอำเภอ จะเห็นว่ามีจำนวนตัวอย่างน้อย เพราะร้านค้าที่เข้าเกณฑ์มีน้อย และการให้ความร่วมมือในการให้รับมูลน้อยเป็นกัน ไม่มีการสุ่มแบบขั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วนให้ได้ตัวอย่างตามขนาดหรือสัดส่วนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ดังตารางที่ 1)

**จำนวนกงสุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามอำเภอที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง และเขต
ทุ่งกิบานดของอำเภอชนบท ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย**

พื้นที่	ประชากร	ตัวอย่าง	พื้นที่	ประชากร	ตัวอย่าง
อำเภอเมือง	145	60	อำเภอเมือง	95	38
อำเภอพนมพิราน	24	12	อำเภอทุ่งเสงี่ยม	12	6
อำเภอวังทอง	26	12	อำเภอไกรลาศ	24	13
อำเภอวัดใบพลี	10	4	อำเภอศรีส่าใจ	22	11
อำเภอบางระกำ	25	12	อำเภอสวรรค์โลก	20	9
อำเภอนครไทย	6	3	อำเภอศรีบูรพา	12	6
อำเภอชาติธรรมการ	6	3	อำเภอศรีนราธิ	16	8
อำเภอโนนปะวง	6	3	อำเภอศรีราชาโย	10	5
อำเภอบางกระฐุ่น	15	7	อำเภอบ้านค่ายล้านนา	10	5
รวม	265	116		221	101

ที่มา จำนวนปวงชากการได้จากการที่ผู้วิจัยขอสำหรับ ในการนับจำนวนร้านค้าปลีกแบบ
ดั้งเดิมที่มีในแต่ละอำเภอ

4. การขอภาคสนาม ผู้วิจัยได้กำหนดให้การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามออกเป็น 2
ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้มอบหมายให้นักศึกษา กศ.บป. (การศึกษาบุคลากรประจำ
การ) และนักศึกษาภาคปฏิบัติ ที่อยู่ในแต่ละพื้นที่ ทั้งจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย โดยผู้วิจัยได้
คัดเลือกและทำการเข้าไปเกี่ยวข้องกับชั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการ
สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Personal Interview) และผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่
ได้รับกับดั้นเดิน

ระยะที่ 2 หลังจากที่ได้รับมูลที่สมบูรณ์กับมาจำนวนหนึ่งแล้ว จากนั้นผู้วิจัยได้ออกเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมทั้งนักศึกษาภาคปกติ โปรแกรมวิชาการบริการธุรกิจชั้นปีที่ 3 ที่กำลังเรียนวิชาการบริษัทฯ จำนวน 5 คน ออกเก็บข้อมูลในทุก ๆ ชั้นเรียน เพื่อให้ได้รับมูลตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกส่วนที่เก็บข้อมูลไว้ ก่อนที่จะนำป้อนลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไถ่

สำหรับการแบ่งความหมายของค่าเฉลี่ย ในเกณฑ์ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาถึงกระบวนการการรายงานการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิน ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิน ตลอดจนการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบตั้งเดินกับอายุ การศึกษา ระดับเวลา ดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งของร้าน ที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง และเขตอุตสาหกรรมของอำเภอ รอบนอกในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมีจำนวน 217 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้ตารางประมวลคำนวณรายและในบทนี้ ผู้วิจัยจะเรียกเจ้าของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดินที่เป็นกลุ่มตัวอย่างว่า “ผู้ตอบ” การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา และระยะเวลาดำเนินกิจกรรมมาแล้ว

ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบ		จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบทั้งหมด		217	100.0
เพศ	ชาย	72	33.2
	หญิง	143	65.9
อายุ	ไม่ตอบ	2	0.9
	20-29 ปี	33	15.2
	30-39 ปี	66	30.4
	40-49 ปี	60	27.6
	50-59 ปี	42	19.4
	60 ปีขึ้นไป	13	6.0
	ไม่ตอบ	3	1.4
การศึกษา	ประถมศึกษา	105	48.4
	มัธยมศึกษาตอนต้น	31	14.3
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	39	18.0

ร้อยละส่วนตัวผู้ตอบ (ต่อ)	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา	19	8.8
ปริญญาตรี	19	8.8
ถุงกว่าปริญญาตรี	1	0.5
ไม่ตอบ	3	1.4
ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม		
1- 5 ปี	78	35.9
6-10 ปี	61	23.5
11-15 ปี	24	11.1
16 ปีขึ้นไป	63	29.0
ไม่ตอบ	1	0.5

จากตารางที่ 2 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นพสกนิยมจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.9 มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.4 มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปัจจุบันศึกษา จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.4 และมีระยะเวลาดำเนินกิจกรรมมาแล้วอยู่ในช่วง 1-5 ปี จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.9

ผลสำรวจจำนวนและร้อยละของลักษณะร้านของผู้ตอบ

ลักษณะของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ร้านไม้ห้องเดียว 2 ชั้น	30	13.8
ร้านไม้ห้องเดียว ชั้นเดียว	53	24.4
ร้านไม้ 2 ห้อง 2 ชั้น	28	12.9
ร้านไม้ 2 ห้อง ชั้นเดียว	13	6.0
ร้านตึก 1 ชั้น	54	24.9
ร้านตึก 2 ชั้น	22	10.1
อื่น ๆ	17	7.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงว่าลักษณะร้านของผู้ตอบส่วนใหญ่ เป็นร้านตึก 1 ชั้น มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 อันดับรองลงมา ได้แก่ ร้านไม้ห้องเดียว ชั้นเดียว จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4

ผลสำรวจจำนวนและร้อยละของวิธีการดำเนินกิจการของผู้ตอบ

วิธีการดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของร้านทำเองทุกอย่าง	140	64.5
เจ้าของร้านทำเองบางส่วนอกนั้นจ้างลูกจ้าง	23	10.6
มีญาติพี่น้องและลูกคานช่วย	54	24.9
อื่น ๆ	-	-
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงว่าการดำเนินกิจการของร้านส่วนใหญ่ เจ้าของร้านเป็นผู้ดำเนินการเองทุกอย่าง มีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5 อันดับรองลงมา มีญาติพี่น้องและลูกหลานช่วย จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9

ผลสำรวจจำนวนและร้อยละของการดำเนินกิจการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบ

ที่มาของการทำเงินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับสินทรัพย์จากพ่อแม่	61	28.1
จัดตั้งขึ้นเอง	143	65.9
เข้าหุ้นกับเพื่อนจัดตั้ง	1	0.5
เข้าหุ้นกับญาติพี่น้องจัดตั้ง	9	4.1
ญาติคบให้ทำ	2	0.9
อื่น ๆ	1	0.5
รวม	217	100.0

จากการที่ 5 ผลสำรวจว่ากิจการของผู้ตอบในปัจจุบันส่วนใหญ่ ผู้ตอบเป็นผู้จัดตั้งขึ้นเอง มีจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.9 และอันดับรองลงมา ได้รับการสินทรัพย์จากพ่อแม่ มีจำนวน 61 ราย คิดเป็นจำนวน 28.1

ผลสำรวจจำนวนและร้อยละของผู้ตอบกับการถือครองร้าน

การถือครองร้าน	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของร้าน	188	86.6
เช่า	22	10.1
เช่ารื้อ	3	1.4
อื่น ๆ	4	1.9
รวม	217	100.0

จากการที่ 6 ผลสำรวจว่าร้านที่ผู้ตอบดำเนินกิจการอยู่ส่วนใหญ่เป็นร้านของผู้ตอบเอง มีจำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.6 อันดับรองลงมา เป็นการเช่า มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1

แสดงจำนวนและร้อยละแนวโน้มร้านของผู้ตอบในอนาคต

แนวโน้มการดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
จะดำเนินการต่อไปเนื่องเดิม	140	64.5
กำลังคิดจะปรับเปลี่ยน	54	24.9
กำลังคิดจะเลิกกิจการ	16	7.4
อื่นๆ	7	3.3
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่มั่นใจที่จะดำเนินกิจการต่อไปเนื่องเดิม มีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5 โดยให้เหตุผลว่าอาชีพที่ทำเป็นอาชีพหลักซึ่งทำมานานแล้ว รายได้สามารถเดี้ยงครอบครัวได้ เป็นงานที่ทำอยู่กับบ้าน กิจกรรมสามารถดำเนินไปได้เรื่อยๆ สำหรับอันดับรองลงมา กำลังคิดจะปรับเปลี่ยน มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 โดยให้เหตุผลว่าตั้งร้านอยู่ใกล้ร้านที่ทันสมัยกว่า คิดเพิ่มสินค้าที่ยังขาดให้ครบ ปรับปูนร้านให้ดีขึ้นกว่าเดิม ต้องการขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น ให้ทันสมัยมากขึ้น ก้าวต่อไป

ผลการดำเนินการ

แสดงจำนวนและร้อยละของกิจกรรมในการดำเนินกิจการในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมา

กิจกรรมในการดำเนินกิจการช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ตกค้า	28	12.9
เสมอค้า	86	39.6
ด้วยเงิน	77	35.5
ไม่สามารถแยกแยกได้	20	9.2
อื่นๆ	6	2.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงว่าในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมา การดำเนินกิจการของร้านส่วนใหญ่ เสมอค้า มีจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.6 โดยให้เหตุผลว่าขายให้มากขึ้นแต่รายจ่ายขึ้นสูงมีกำไรเท่าเดิม ร้านค้าบริโภคใกล้เคียงไม่มีการแข่งขันมาก ส่วนใหญ่ผู้ซื้อเป็นลูกค้าประจำ เป็นต้น อันดับรองลงมา การดำเนินกิจการด้วยเงิน 1-2 ปีที่ผ่านมา มีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 โดยให้เหตุผลว่ามีลูกค้าเพิ่มขึ้น มีการเพิ่มตัวสินค้า ร้านค้าปลีกบริโภคใกล้เคียงยังมีน้อย เป็นต้น

ผลการดำเนินการ

แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะลูกค้าที่เข้าร้านค้าในร้าน

ลักษณะของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าประจำ	157	72.4
ลูกค้า乍ๆ	24	11.1
ลูกค้าประจำและลูกค้า乍ๆ	36	17.6
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงว่าลูกค้าที่เข้าร้านค้าในร้านส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ มีจำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.4 สำหรับอันดับรองลงมา ทั้งลูกค้าประจำและลูกค้า乍ๆ มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.6

แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมต่อผลประกอบการของร้านค้า
ปลีกสมัยใหม่

การดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัย	110	50.7
ไม่ถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัย	107	49.3
รวม	217	100.0

จากการที่ 10 แสดงว่าการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกผลกระทบจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัย มีจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 โดยให้เหตุผลว่าร้านค้าสมัยใหม่เป็นร้านค้าที่มีลักษณะครบวงจร สินค้ามีมากกว่า ทันสมัยกว่า ราคาถูกกว่า ลูกค้าสามารถทำลังตึ่นเต้นกับร้านค้าที่ทันสมัย เป็นต้น และร้านที่ไม่ถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัย มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.6 โดยให้เหตุผลว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ บริโภคที่ต้องร้านยังห่างไกลจากร้านค้าที่ทันสมัย

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการพัฒนาหรือปรับปรุงร้านค้าปลีกของผู้ตอบ

วิธีการพัฒนาและปรับปรุงร้าน	จำนวน	ร้อยละ
เข้าร่วมการฝึกอบรมเมื่อมีโอกาส	36	16.6
ขอคำปรึกษาจากสถาบันการศึกษา	3	1.4
ปรึกษาเจ้าหน้าที่ของรัฐ	7	3.2
แสวงหาความรู้ด้วยตนเองโดยตựจากร้านค้าสมัยใหม่	144	66.4
อื่นๆ	27	12.4
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ใช้วิธีการพัฒนาหรือปรับปรุงร้านค้าของตน เช่น ด้วยการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองโดยตựจากร้านค้าสมัยใหม่ มีจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.4 อันดับรองลงมาใช้วิธีเข้าร่วมการฝึกอบรมเมื่อมีโอกาส มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบเกี่ยวกับการเข้ารับการฝึกอบรม

ลักษณะของถูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
เคย	12	5.5
ไม่เคย	205	94.5
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ มีจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.5

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าร่วมรับการฝึกอบรม
กับสถาบันราชภัฏพิบูลสงครามร่วมกับมูลนิธิ IMET ที่จะจัดขึ้น

การเข้าร่วมฝึกอบรม	จำนวน	ร้อยละ
เข้า	70	32.2
ไม่เข้า	147	67.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบัน
ราชภัฏพิบูลสงครามร่วมกับมูลนิธิ IMET จะจัดการฝึกอบรมให้มีจำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ
67.8 โดยให้เหตุผลว่าไม่มีเวลา เนื่องด้วยต้องดูแลร้านที่ต้องเปิดกิจการทุกวัน และสถานที่นี้ให้เหตุ
ผลว่าจะเดินทางจาก้านถึงสถาบันที่เข้าอบรมอยู่ไกล เดินทางไม่สะดวก สำหรับผู้ที่ตอบว่าจะเข้า
รับการฝึกอบรมมีจำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.2

**แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นในการจัดการ
ฝึกอบรม**

ระยะเวลาในการจัดอบรม	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	35	16.1
2 วัน	37	17.1
3 วัน	12	5.5
4 วัน	4	1.8
5 วัน	-	-
ไม่ตอบ	129	59.4
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เห็นว่าถ้าจัดการฝึกอบรมควรใช้เวลา 2 วัน มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.1 สำหรับอันดับรองลงมาเห็นว่าควรจัดเพียง 1 วัน มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.1 ทั้งนี้เป็นเพาะะผู้ตอบส่วนใหญ่ต้องดูแลกิจการทั้งหมดเอง และลูกศิษย์ส่วนใหญ่เป็นลูกศิษย์ประจำ จึงไม่สามารถปิดร้านได้นาน

อันดับที่	ปัญหาในการจัดการร้าน	ช้าເກມ เมือง	ช้าເກມ รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	สถานที่ของร้านค้าแบบ	20	25	45
2	ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการขอใบอนุญาตและตกแต่งร้าน	9	29	38
3	สินค้าขาดแหว่ง ต้นทุนสูง กำไรน้อย	13	15	28
4	มีลูกค้าใหม่ ๆ มาสนใจความต้องการสูงค่าไม่ทัน สินค้าในร้านมีให้เลือกน้อย สินค้าบางชนิดขาดตลาด สินค้านำมุกคุณภาพ	9	12	21
5	ผลภาระแวดล้อม เช่น ฝุ่น	9	11	20
6	อยู่ใกล้ร้านอื่น การแข่งขันมาก	8	7	15
6	งบประมาณมีจำกัด ไม่มีเงินจ้าง	6	9	15
6	ลูกค้าซื้อเรื่องมีมากร ตามหนี้ไม่ได้	8	7	15
7	ตู้ใส่สินค้ามีไม่เพียงพอ อุปกรณ์มีไม่ครบ	5	5	10
8	มีเวลาจำกัด เหตุการณ์ทางการเมือง เช่น ฯ ในร้าน	3	5	8
9	การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน	3	2	5
10	ลูกค้าซื้อ เช้าว่ายาก	4	-	4

จากตารางที่ 15 แสดงว่าปัญหาในการจัดการร้านค้าส่วนใหญ่ โดยรวมพบว่าเกิดจากสถานที่ภายในร้านค้าแบบ และอันดับของลงมาได้แก่ ขาดความรู้ในการขอใบอนุญาตและตกแต่งร้าน สินค้าที่ซื้อมามากน้ำหนักในราคากลางๆ ทำให้ต้นทุนสูงและกำไรน้อย ไม่สามารถหาสินค้าใหม่มาสนใจ
ความต้องการสูงค่าได้ทัน สินค้ามีให้เลือกน้อย สินค้าเสื่อมคุณภาพ ผลภาระแวดล้อม แข่งขัน
กับร้านอื่น งบประมาณมีจำกัด ลูกค้าซื้อเรื่องมีมากร ตามหนี้ไม่ได้

**แสดงวิธีการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านของผู้ตอบที่อยู่ในเขตชั้นเมือง และชั้นนอก
รอบนอก**

อันดับที่	การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน	ชั้นเมือง	ชั้นนอก รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	ไปรับสินค้าด้วยตนเองจากร้านขายส่ง	39	52	91
2	มีผู้ขายนำสินค้ามาขายให้ที่ร้าน	6	39	45
3	จัดซื้อสินค้าให้ครบตามความต้องการของลูกค้า	2	4	6
4	สั่งซื้อทางโทรศัพท์	2	2	4
5	ซื้อวันต่อวัน	2	1	3

จากการที่ 16 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ใช้วิธีไปรับสินค้าเข้าร้านด้วยตนเอง และ
ขั้นตอนลงมาได้แก่ จากร้านขายส่งมีผู้นำสินค้ามาขายให้ที่ร้าน มีบริษัทมาติดต่อที่ร้าน จัดซื้อ
สินค้าให้ครบตามที่ลูกค้าต้องการ สั่งซื้อทางโทรศัพท์ และซื้อวันต่อวัน ตามลำดับ

ผลสำรวจวิธีการจัดวางสินค้าในร้านของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และช้าบก
รายงานขอก

อันดับที่	การจัดวางสินค้า	ช้าบก เมือง	ช้าบก ชนบท	รวม
		ความตื้น	ความถี่	ความตื้น
1	จัดวางให้เป็นระเบียบตามประเภทสินค้า	36	53	89
2	จัดเรียงสินค้าตามความเหมาะสม	7	18	25
3	จัดวางสินค้าให้สะตอๆ ลูกค้าสามารถหยิบเองได้	6	13	19
4	จัดตามสภาพของร้าน	6	6	12
5	จัดให้สะอาดตา	5	2	7

จากตารางที่ 17 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ใช้วิธีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบตามประเภทของสินค้า และอันดับรองลงมาได้แก่ จัดเรียงสินค้าตามความเหมาะสม จัดสินค้าให้ลูกค้าสามารถหยิบเองได้ จัดตามสภาพของร้าน และจัดให้ดูสะอาดตา ตามลำดับ

ผลคงว่าซึ่งการทดสอบร้านของผู้ตอบที่ชี้ว่าในเรื่องค่าเบกเกอรีของ และค่าเบกรอบนอก

อันดับที่	การทดสอบร้าน	ค่าเบก เมือง	ค่าเบก รอบนอก	รวม
		ความตื้น	ความตื้น	ความตื้น
1	ทดสอบร้านด้วยตนเอง	13	20	33
2	ทดสอบให้แล้วเป็นระเบียบ	6	11	17
3	ทดสอบตามแบบธรรมดาร้าวๆไป	10	4	14
4	ทดสอบให้ถูกสิ่ยงาน สะดวกด้วย	5	8	13
5	ทดสอบให้สามารถทำความสะอาดง่าย	3	2	5
6	ทดสอบตามคำแนะนำของบริษัท	2	1	3
7	ทดสอบให้สามารถเดินและเห็นสินค้าได้ง่าย	2	-	2

จากตารางที่ 18 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ทดสอบร้านด้วยตนเอง อันดับรองลงมาได้แก่ ทดสอบให้แล้วเป็นระเบียบ ทดสอบตามแบบรา้าวๆไป ทดสอบโดยเน้นให้ถูกสิ่ยงาน สะดวกด้วย ทดสอบให้สามารถทำความสะอาดได้ง่าย ทดสอบตามคำแนะนำของบริษัท ตามลำดับ

แบบที่ ๑๙

แสดงวิธีการกำหนดราคาสินค้าของผู้ตอบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอ
รอบนอก

อันดับที่	การกำหนดราคาสินค้า	ข้ามgeo เมือง	ข้ามgeo รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	กำหนดราคาเท่ากับราคainท้องตลาด	20	41	61
2	กำหนดราคาเท่ากับราคาร้านกล่อง	25	30	55
3	กำหนดราคาด้วยตนเอง	6	19	25
4	กำหนดราคาถูกต่ำกว่าท้องตลาด	1	9	10
5	กำหนดโดยคิดจากต้นทุนและบวกกำไร	6	2	8
6	กำหนดราคาให้ใกล้เคียงกับร้านอื่น	1	-	1

จากตารางที่ 19 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ใช้วิธีกำหนดราคาสินค้า โดยกำหนดราคาให้เท่ากับราคainท้องตลาด และอันดับบางลงมาได้แก่ กำหนดราคาเท่ากับราคร้านกล่อง กำหนดราคาด้วยตนเอง กำหนดราคาต่ำกว่าท้องตลาด กำหนดราคาโดยคิดต้นทุน และบวกกำไรเพิ่มพอสมควร และกำหนดราคาให้ใกล้เคียงกับร้านอื่น ๆ ตามลำดับ

แสดงวิธีการข้าราชการสินค้าของผู้ตอบที่อยู่ในเขตช้าภิเษกเมือง และอำเภอรอบนอก

อันดับที่	การข้าราชการค่าเดินค้า	ข้าเงอ เมือง	ข้าเงอ รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	ข้าราชการเป็นเงินสด	35	60	95
2	ข้าราชการเป็นเงินสดและเงินเขื่อน	17	33	50
3	ข้าราชการเป็นเงินเขื่อน	5	11	16
4	ข้าราชการทางไปรษณีย์	1	-	1

จากตารางที่ 20 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ข้าราชการค่าเดินค้าเป็นเงินสด อันดับรองลงมาข้าราชการทั้งเงินสดและเงินเขื่อน ข้าราชการเป็นเงินเขื่อน และข้าราชการทางไปรษณีย์ ตามลำดับ

ผลสำรวจการขายของผู้คอบท่องปูในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก

อันดับที่	การขายสินค้า	จำนวน เมือง	จำนวน รอบนอก	รวม
		ความดี	ความดี	ความดี
1	ขายเป็นเงินสด	15	17	32
2	ขายเป็นเงินสดและเงินเชื่อ	8	23	31
3	ขายด้วยคนเชง และมีญาติช่วย	6	16	22
4	ขายปลีก	5	11	16
5	ขายตามราคาท้องตลาด	2	11	3

จากตารางที่ 21 แสดงว่าผู้คอบท่องปูในเมืองขายสินค้าเมินเงินสด อันดับรองลงมา ขายหัง
เงินสดและเงินเชื่อ ขายด้วยคนเชงและมีญาติช่วย ขายปลีก และขายตามราคาท้องตลาด ตาม
ลำดับ

**ผลความคิดเห็นของผู้ตอบต่อการดำเนินธุรกิจร้านด้วยปัจจัยในเขตอ้าวซอ
เมืองและอำเภอรอบนอก**

อันดับที่	ความคิดเห็นต่อการดำเนินกิจการ	จำนวน เมือง	จำนวน รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	สามารถดำเนินไปได้เรื่อย ๆ	13	16	29
2	ได้กำไรีดพอดีสมควร	8	17	25
3	ตกต่ำลงเรื่อย ๆ เหราะมีร้านใหญ่มาเปิดเพิ่มขึ้น	4	8	12
3	เป็นธุรกิจสำหรับผู้มีรายได้น้อย	1	11	12
4	ต้องการขยายตัว	2	9	11
5	ทำให้มีรายได้ช่วยเหลือครอบครัว	6	2	8
6	มีกำไรมีอย	3	4	7
6	อยากเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นกว่าเดิม	2	5	7
7	ต้องการปรับปรุงหน้าร้าน	1	5	6
8	ต้องการให้ร้านมีสินค้าขายมาก ๆ	1	4	5
8	ต้องการเป็นตัวของตัวเองไม่ต้องการพึ่งคนอื่น	2	3	5
9	อาจเปลี่ยนอาชีพใหม่	3	1	4
10	ต้องจำใจทำเพื่อจะเป็นอาชีพฐานะ	2	-	2

จากตารางที่ 22 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่คิดว่าธุรกิจสามารถดำเนินไปได้เรื่อย ๆ รองลงมาคิดว่าสามารถทำกำไรได้ดีพอสมควร การดำเนินธุรกิจอาจจะตกต่ำลง เหราะมีร้านใหญ่มาเปิดเพิ่ม จึงเป็นธุรกิจสำหรับผู้มีรายได้น้อย ต้องการขยายตัวทำให้มีรายได้ช่วยเหลือครอบครัว มีกำไรมีอย อยากรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีกว่าเดิม อาจเปลี่ยนอาชีพใหม่ ตามลำดับ

**แสดงความต้องการที่ผู้ตอบต้องการจะเรียนรู้จากการจัดการฝึกอบรม ที่อยู่ใน
เขตช้าภูมิเมือง และช้าภูมิชนบท**

อันดับที่	ความต้องการเรียนรู้	จำนวน เมือง	จำนวน ชนบท	รวม
		ความต้อง	ความต้อง	ความต้อง
1	การจัดร้านและตกแต่งร้าน	24	31	55
2	การบริการและธุรกิจลูกค้า	15	8	23
3	การบริหารร้าน	9	13	22
3	การทำหนี้เดือนสินค้า	9	11	22
4	แหล่งเงินทุน	2	4	6
5	การบัญชี	1	4	5
6	ภาษี	2	1	3

จากตารางที่ 23 แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดร้านและการตกแต่งร้าน อันดับรองลงมาได้แก่ การบริการและธุรกิจลูกค้า การบริหารร้าน การกำหนดราคาสินค้า แหล่งเงินทุน การบัญชี และภาษี ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะป้องกันผู้ต้องที่อยู่
ในเขตชุมชนเมือง และอำเภอรอบนอก

อันดับที่	ข้อเสนอแนะ	อำเภอ เมือง	อำเภอ รอบนอก	รวม
		ความถี่	ความถี่	ความถี่
1	ควรแนะนำถึงผลกระทบของร้านค้าสมัยใหม่	4	7	11
2	การให้คำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุงและร้าน	3	7	10
3	ให้ความรู้ด้านการขาย	3	4	7
4	การให้ความรู้ด้านจรรยาบรรณ	2	3	5
5	การจัดอบรมทางไปรษณีย์ หรือส่งเอกสารให้ถึงบ้าน	4	1	5
6	ให้ความรู้เรื่องการจัดการร้าน	2	2	4
7	จัดในวันหยุด	2	1	3

จากตารางที่ 24 แสดงถึงคุณลักษณะในที่ๆ เสนอแนะว่าควรแนะนำถึงผลกระทบจากการร้านค้าป้องกันผู้ต้องที่อยู่ ขั้นต้นของลงมาได้แก่ การให้คำแนะนำที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาทักษะป้องกันผู้ต้องที่อยู่ ให้ความรู้ด้านการขาย จรรยาบรรณ การจัดอบรมทางไปรษณีย์ หรือส่งเอกสารให้ถึงบ้าน ให้ความรู้ด้านการจัดการ และจัดในวันหยุด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์

แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ
ต่อปัญหาอุปสรรคในการจัดการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

อุปสรรคในการจัดการร้านค้าปลีก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การแข่งขันกับร้านค้าปลีกในสังคมเดียวกัน	3.088	1.008	ปานกลาง
การแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่หันหน้ากว่า	2.991	1.234	ปานกลาง
รสนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง	3.167	.986	ปานกลาง
ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า	3.421	.901	ปานกลาง
การทำหนี้ค่าสินค้าที่ขยายตัวมากกว่าค่าสินค้าของ ร้านค้าขนาดใหญ่	2.681	1.080	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ	3.198	.909	ปานกลาง
การซื้อสินค้าเข้าร้าน	2.991	.843	ปานกลาง
การควบคุมปริมาณสินค้าคงเหลือในสต็อก	2.586	1.046	ปานกลาง
การทำหนี้เงินทุนที่ได้รับในการดำเนินกิจการ	2.945	.915	ปานกลาง
การขาดแคลนแรงงาน	2.300	1.187	น้อย
การหาผู้รับซื้องิจการต่อ	2.288	1.176	น้อย
รวม	2.879	.617	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบต่ออุปสรรคในการดำเนินกิจการช่องชน
ว่าอุปสรรคส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และการหาผู้
รับซื้องิจการต่อ อุปสรรคที่อยู่ในระดับน้อย

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับมีญูหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	4	1.9	7	3.3	14	6.5	7	3.3	1	0.5	33	15.4
30 - 39	7	3.3	10	4.7	39	18.2	8	3.7	2	0.9	66	30.8
40 - 49	3	1.4	12	5.6	27	12.6	12	5.6	6	2.8	60	28.0
50 - 59	6	2.8	8	3.7	13	6.1	12	5.6	3	1.4	42	19.6
60 ปีขึ้นไป	-	-	7	3.3	3	1.4	2	.9	1	0.5	13	6.1
รวม	20	9.3	44	20.6	96	44.9	41	19.2	13	6.1	214	100.0

จากตารางที่ 26 ภ. แสดงว่าผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 50-59 ปี มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ามีญูหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกัน มีผลกระทำต่อการดำเนินกิจกรรมของตนอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.5, 18.2, 12.6 และ 6.1 ตามลำดับ นอกจากผู้ตอบที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่า ถูกผลกระทบอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.3

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	11	5.1	24	11.2	42	19.6	20	9.3	8	3.7	105	49.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.5	6	2.8	13	6.1	10	4.7	1	0.5	31	14.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	2.3	5	2.3	25	11.7	2	0.9	2	0.9	39	18.2
อนุปริญญา	3	1.4	5	2.3	8	2.8	4	1.9	1	0.5	19	8.9
ปริญญาตรี	-	-	4	1.9	9	4.2	5	2.3	1	0.5	19	8.9
สูงกว่าปริญญา	-	-	-	-	1	0.5	-	-	-	-	1	0.5
รวม	20	9.3	44	20.6	96	44.9	41	19.2	13	6.1	214	100.0

จากตารางที่ 26 ช. แสดงว่าผู้ตอบทุกประดับการศึกษามีความคิดเห็นชอบต้องกันว่าปัญหา
อุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกมีลักษณะเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.6, 6.1,
11.7, 2.8, 4.2 และ 0.5 ตามลำดับ

รายงานผลการดำเนินการ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัด
พิษณุโลกและสุโขทัย

ระยะเวลา (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	9	4.2	14	6.5	38	7.6	12	5.6	5	2.3	78	36.1
6 - 10	5	2.3	10	4.6	22	10.2	10	4.6	4	1.9	51	23.6
11 - 15	3	1.4	6	2.8	11	5.1	4	1.9	-	-	24	11.1
16 ปีขึ้นไป	4	1.9	13	6.0	27	12.5	15	6.9	4	1.9	63	29.2
รวม	21	9.7	43	19.9	98	45.4	41	19.0	13	6.1	216	100.0

จากตารางที่ 26 ค. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมแล้วทุกระยะเวลาต่างมีความ
คิดเห็นชอบคล่องกัน เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียว อยู่ในระดับ
ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.6, 10.2, 5.1 และ 12.5 ตามลำดับ

พิบูลสองแคว

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และ
อำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อำเภอเมือง	12	5.5	24	11.1	41	18.9	14	6.5	2	0.9	93	42.9
อำเภอรอบนอก	9	4.1	20	9.2	57	26.3	27	12.4	11	5.1	124	57.1
รวม	21	9.7	44	20.3	98	45.2	41	18.9	13	6.0	217	100.0

จากตารางที่ 26 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
ต่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกัน
อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ 26.3 ตามลำดับ

ผลการสำรวจ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตชานเมืองและชานเมืองนอกในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชานเมือง	9	7.6	12	10.2	26	22.0	9	7.6	2	1.7	58	49.2
ชานเมืองนอก	5	4.2	9	7.6	28	23.7	14	11.9	4	3.4	60	50.8
รวม	14	11.9	21	17.8	54	45.7	23	19.5	6	5.1	118	100.0

จากตารางที่ 26 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตชานเมือง และชานเมืองนอก จังหวัดพิษณุโลกต่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มีลักษณะเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 23.7 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่มีลักษณะเดียวกันจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	3	3.0	12	12.1	15	15.2	5	5.1	-	-	35	35.4
อำเภอรอบนอก	4	4.0	11	11.1	29	29.3	13	13.1	7	7.1	64	64.6
รวม	7	7.0	23	23.2	44	44.5	18	18.2	7	7.1	99	100.0

จากตารางที่ 26 น. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
จังหวัดสุโขทัยต่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่มี
ลักษณะเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 29.3 ตามลำดับ

**แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่ทันสมัยกว่าจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย**

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	7	3.3	4	1.9	11	5.2	7	3.3	4	1.9	33	15.6
30 - 39	8	3.8	19	9.0	19	9.0	13	6.1	6	2.8	65	30.7
40 - 49	6	2.8	19	9.0	12	5.7	16	7.5	7	3.3	60	28.3
50 - 59	4	1.9	6	2.8	8	3.8	14	6.6	9	4.2	41	19.3
60 ปีขึ้นไป	1	0.5	3	1.4	3	1.4	5	2.4	1	0.5	13	6.1
รวม	26	12.3	53	25.0	53	25.0	53.0	25.0	27	12.7	212	100.0

จากตารางที่ 27 ก. แสดงว่าผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี และ 30-39 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า อายุในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ 9.0 ตามลำดับ ช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสำหรับผู้ที่มีอายุในช่วง 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.6 และ 2.4 ตามลำดับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

**แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่ทันสมัยกว่าจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย**

การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประชุมศึกษา	12	5.7	28	13.2	19	9.0	28	13.2	17	8.0	104	49.1
ม้อลมศึกษาตอนต้น	5	2.4	8	3.8	8	3.8	8	3.8	2	0.9	31	14.6
ม้อลมศึกษาตอนปลาย	6	2.8	7	3.3	15	7.1	7	3.1	4	1.9	39	18.4
อนุเรียนญา	2	0.9	4	1.9	5	2.4	4	1.9	3	1.4	18	8.5
บริษัทฯ	2	0.9	3	1.4	6	2.8	6	2.8	2	0.9	19	9.0
ฟูกรับเรียนญา	-	-	1	0.5	-	-	-	-	-	-	1	0.5
รวม	27	12.7	51	24.1	53	25.0	53	25.0	28	13.2	212	100.0

จากตารางที่ 27 บ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ได้ให้สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่าอยู่ในระดับมาก และน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.2 เท่ากับ ผู้ตอบที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปานกลาง และน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.8 เท่ากับ ผู้ตอบที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.11 และ 2.4 ตามลำดับ และสำหรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับบริษัทฯ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง และน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.8 เท่ากับ

การศึกษา

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่กันสมัยกว่าจำพวกมาระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลก
และถูกใช้ทั้ง

ระยะเวลา (ป.)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	14	6.5	20	9.3	21	9.8	17	7.9	5	2.3	77	36.0
6 - 10	3	1.4	12	5.6	10	4.7	15	7.0	10	4.7	50	23.4
11 - 15	2	0.9	6	2.8	7	3.3	7	3.3	2	0.9	24	11.2
16 เป็นไป	8	3.7	14	6.5	16	7.5	14	6.5	11	5.1	63	29.4
รวม	27	12.6	52	24.3	54	25.2	53	24.8	28	13.1	214	100.0

จากตารางที่ 27 ค. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 1-5 ปี และ 16 เป็นไป มี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าที่กันสมัยกว่าอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็น
ร้อยละ 9.8 และ 7.5 ตามลำดับ ผู้ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 6-10 ปี มีความคิดเป็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็น
ร้อยละ 5.6 และสำหรับผู้ตอบที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 11-15 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และ
น้อย คิดเป็นร้อยละ 3.3 เท่ากัน

ผลคงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่กันสมัยกว่าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอ
รอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		<i>n</i>	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการเมือง	15	7.0	25	11.6	26	12.1	29	9.8	5	2.3	92	42.8
ข้าราชการรอบนอก	12	5.6	28	13.0	28	13.0	32	14.9	23	10.7	123	57.2
รวม	27	12.6	53	24.7	54	25.1	53	24.7	28	13.0	215	100.0

จากตารางที่ 27 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
ต่างมีความคิดเห็นชอบคล้องกันเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่กันสมัยกว่า อุป
ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.8 และ 14.9 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่ทันสมัยกว่าจำพวกสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	13	11.1	14	12.0	17	14.5	11	9.4	3	2.6	58	49.6
อำเภอรอบนอก	6	5.1	11	9.4	16	13.7	13	11.1	13	11.1	59	50.4
รวม	19	16.2	25	21.4	33	28.2	24	20.5	16	13.7	117	100.0

จากตารางที่ 27 จ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
จังหวัดพิษณุโลกต่างมีความคิดเห็นชอบคลึงกันเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่
ทันสมัยกว่า อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ 13.7 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีก
ที่ทันสมัยกว่าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอชุมนอกในจังหวัดสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	2	2.0	11	11.2	9	9.2	10	10.2	2	2.0	34	34.7
อำเภอชุมนอก	6	6.1	17	17.3	12	12.2	19	19.4	10	10.2	64	65.3
รวม	8	8.2	48	28.5	21	21.4	29	29.6	12	12.2	98	100.0

จากตารางที่ 27 น. แสดงว่าผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่าอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 11.2
แต่ผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอชุมนอกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.4

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามกิจกรรมอาชญากรรมในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	1	0.5	11	5.2	13	6.1	8	3.8	-	-	33	15.6
30 - 39	6	2.8	19	9.0	22	10.4	16	7.5	3	1.4	66	31.1
40 - 49	7	3.3	16	7.5	23	10.8	12	5.7	1	0.5	59	27.8
50 - 59	6	2.8	9	4.2	10	4.7	16	7.5	-	-	41	19.3
60 ปีขึ้นไป	1	0.5	2	0.9	7	3.3	3	1.4	-	-	13	6.1
รวม	21	9.9	57	26.9	75	35.4	55	25.9	4	1.9	212	100.0

จากตารางที่ 28 ก. แสดงว่าผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 60 ปีขึ้นไป
มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับปาน
กลาง คิดเป็นร้อยละ 6.1, 10.4, 10.8 และ 3.3 ตามลำดับ และสำหรับผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 50-59 ปี
มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.5

**แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสนับสนุนและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย**

การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	12	5.7	30	14.2	27	12.7	33	15.6	1	0.5	103	48.6
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.9	9	4.2	15	7.1	4	1.9	1	0.5	31	14.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3	1.4	10	4.7	16	7.5	9	4.2	1	0.5	39	18.4
อนุปริญญา	2	0.9	4	1.9	9	4.2	3	1.4	1	0.5	19	9.0
ปริญญาตรี	2	0.9	5	2.4	7	3.3	5	2.4	-	-	19	9.0
สูงกว่าปริญญา	-	-	-	-	-	-	1	0.5	-	-	1	0.5
รวม	21	9.9	58	27.4	74	34.9	55	25.9	4	1.9	212	100.0

จากตารางที่ 28 ๑. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่การศึกษาในระดับประถมศึกษา มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสนับสนุนและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ
14.2 และสำหรับผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญา และ
ปริญญาตรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.1, 7.5, 4.2 และ 3.3 ตามลำดับ นอกจาก
จากนี้ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.5

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสันนิษมและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัด
พิษณุโลกและสุโขทัย

ระยะเวลา (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	6	2.8	22	10.3	31	14.5	17	7.9	1	0.5	77	36.0
6 - 10	2	0.9	14	6.5	15	7.0	16	7.5	3	1.4	50	23.4
11 - 15	2	0.9	7	3.3	10	4.7	5	2.3	-	-	24	11.2
16 ปีขึ้นไป	11	5.1	15	7.0	19	8.9	18	8.4	-	-	63	29.4
รวม	21	9.8	58	27.1	75	35.0	56	26.2	4	1.9	214	100.0

จากตารางที่ 28 ค. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 1-5 ปี และ 11-15 ปี มี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสันนิษมและทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับปาน
กลาง คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ 4.7 ตามลำดับ และผู้ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 6-10 ปี และ 16 ปีขึ้นไป มี
ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 8.4 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสันนิยมและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และ
อำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	10	4.7	25	11.6	37	17.2	77	7.9	2	0.9	91	42.3
อำเภอรอบนอก	11	5.1	33	15.3	39	18.1	39	18.1	2	0.9	124	57.7
รวม	21	9.8	58	27.0	76	35.3	66	26.0	4	1.9	215	100.0

จากตารางที่ 28 ว. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
ต่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสันนิยม และทัศนคติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับ
ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.2 สำหรับผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับปานกลาง และน้อย คิดเห็นร้อยละ 18.1 เท่ากัน

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสนับสนุนและทักษิณด้วย
อุกกาศที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	8	6.8	18	15.3	20	16.9	10	8.5	2	1.7	58	49.2
อำเภอรอบนอก	5	4.2	18	15.3	17	14.4	18	15.3	2	1.7	60	50.8
รวม	13	11.0	36	30.6	37	31.3	28	23.7	4	3.4	118	100.0

จากตารางที่ 28 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการสนับสนุนและทักษิณด้วยอุกกาศที่เปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.9 สำหรับผู้ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และน้อยคิดเป็นร้อยละ 15.3 เท่ากัน

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อสนับนัยและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	2	2.1	7	7.2	17	17.5	7	7.2	-	-	33	34.0
อำเภอรอบนอก	6	6.2	15	15.5	22	22.7	21	21.6	-	-	64	66.0
รวม	8	8.3	22	22.7	39	40.2	28	28.8	-	-	97	100.0

จากตารางที่ 28 น. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก
ในจังหวัดสุโขทัย ต่างมีความคิดเห็นชอบต้องการให้เกียวกับปัญหาอุปสรรคต่อสนับนัยและทัศนคติของ
ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ 22.7 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือก
ชื่อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	2	0.9	13	6.1	14	6.6	4	1.9	-	-	33	15.5
30 - 39	4	1.9	23	10.8	30	14.1	8	3.8	1	0.5	66	31.0
40 - 49	11	5.2	23	10.8	18	8.5	7	3.3	1	0.5	60	28.2
50 - 59	5	2.3	15	7.0	15	7.0	5	2.3	2	0.9	42	19.7
60 ปีขึ้นไป	-	-	5	2.3	6	2.8	1	0.5	-	-	12	5.6
รวม	22	10.3	79	37.1	83	39.0	25	11.5	4	1.9	213	100.0

จากตารางที่ 29 ก. แสดงว่าผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี ,30-39 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกชื่อสินค้าของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.6, 14.1 และ 2.8 ตามลำดับ ช่วงอายุ 40-49 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 10.8 และสำหรับผู้ตอบที่มีอายุช่วง 50-59 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.0 เท่ากัน

**ผลการประเมินคุณภาพของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือก
เข้าสิ่นค้าของสูงค่าจำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย**

การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ทุก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประสมศึกษา	12	5.6	39	18.3	40	18.8	11	5.2	2	0.9	104	48.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	1.9	9	4.2	15	7.0	2	0.9	1	0.5	31	14.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3	1.4	15	7.0	14	6.6	6	2.8	-	0.5	39	18.3
อนุปริญญา	3	1.4	8	3.8	5	2.3	3	1.4	-	-	19	8.9
บัณฑิตศึกษา	1	1.5	7	3.3	7	3.3	4	1.9	-	-	19	8.9
สูงกว่าปริญญา	-	-	-	-	1	0.5	-	-	1	0.5	-	-
รวม	23	10.8	78	36.6	82	38.5	26	12.2	4	1.9	213	100.0

จากตารางที่ 29 ข. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่สำเร็จการศึกษาในระดับประสมศึกษา และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกเข้าสิ่นค้าของ สูงค่าอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ 7.0 ตามลำดับ ผู้ตอบที่สำเร็จการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ 3.8 ตามลำดับ และจังหวัดผู้ตอบที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.3

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือก
รื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัด
พิษณุโลกและสุโขทัย

ระยะเวลา (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	6	2.8	30	14.0	33	15.3	9	4.2	-	-	78	36.3
6 - 10	5	2.3	21	9.8	17	7.9	7	3.3	1	0.5	51	23.7
11 - 15	5	2.3	8	3.7	9	4.2	1	0.5	-	-	23	10.7
16 ปีขึ้นไป	7	3.3	19	8.8	25	11.6	9	4.2	3	1.4	63	29.3
รวม	23	10.7	78	36.3	84	39.1	26	12.1	4	1.9	215	100.0

จากตารางที่ 29 ด. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 1-5 ปี, 11-15 ปี และ 16 ปี ขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกรื้อสินค้าของลูกค้า อยู่ใน
ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.3, 4.2 และ 11.6 ตามลำดับ และสำหรับผู้ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว
6-10 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.8

**แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือก
รื่นเริงด้วยของสูกี้คำจำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัด
พิษณุโลกและสุโขทัย**

ระยะเวลา (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	6	2.8	30	14.0	33	15.3	9	4.2	-	-	78	36.3
6 - 10	5	2.3	21	9.8	17	7.9	7	3.3	1	0.5	51	23.7
11 - 15	5	2.3	8	3.7	9	4.2	1	0.5	-	-	23	10.7
16 ปีขึ้นไป	7	3.3	19	8.8	25	11.6	9	4.2	3	1.4	63	29.3
รวม	23	10.7	78	36.3	84	39.1	26	12.1	4	1.9	215	100.0

จากตารางที่ 29 ก. แสดงว่าผู้ตอบ่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 15 ปี, 11-15 ปี และ 16 ปี ขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกรื่นเริงด้วยสูกี้คำ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.3, 4.2 และ 11.6 ตามลำดับ และสำหรับผู้ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว 6-10 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.8

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกชื่อสินค้าของถูกตัดคำแผนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและถือท้าย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	10	4.6	41	19.0	33	15.3	9	4.2	-	-	93	43.1
อำเภอรอบนอก	19	6.0	38	17.6	51	23.6	17	7.9	4	1.9	123	56.9
รวม	23	10.8	79	36.6	84	38.9	26	12.0	4	1.9	216	100.0

จากตารางที่ 29 ๔. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอก ต่างมีความคิดเห็นสองแง่มุมเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกชื่อสินค้าของถูกตัดคำ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 19.0 และผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.6

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือก
ซื้อสินค้าของลูกค้าจำแนกตามสถานที่ตั้งร้านที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	7	5.9	24	20.3	21	17.8	6	5.1	-	-	58	49.2
อำเภอรอบนอก	3	2.5	18	15.3	29	24.6	8	6.8	2	1.7	60	50.8
รวม	10	8.4	42	35.6	50	42.4	14	11.9	2	1.7	118	100.0

จากตารางที่ 29 ฯ แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก มี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าอยู่ในระดับมาก คิด
เป็นร้อยละ 20.3 แต่ผู้ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็น
ร้อยละ 24.6 เท่ากัน

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเดินทาง
ซึ่งสินค้าของถูกค้าจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในเขตอำเภอเมืองและ
อำเภอรอบนอกในจังหวัดสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	3	3.1	17	17.3	12	12.2	3	3.1	-	-	35	35.7
อำเภอรอบนอก	10	10.2	20	20.4	22	22.4	9	9.2	2	2.0	63	64.3
รวม	13	13.3	37	37.7	34	34.6	12	12.3	2	2.0	98	100.0

จากตารางที่ 29 ด. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย มี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อความสะดวกในการเดินทางซึ่งสินค้าของถูกค้าอยู่ในระดับมาก คิด
เป็นร้อยละ 17.3 สำหรับผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คิดเป็นร้อยละ 22.4

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่ตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	1	0.5	4	1.9	11	5.2	13	6.1	4	1.9	33	15.5
30 - 39	4	1.9	9	4.2	29	13.6	16	7.5	8	3.8	66	31.0
40 - 49	2	0.9	12	5.6	18	8.5	18	8.5	10	4.7	60	28.2
50 - 59	4	1.9	7	3.3	13	6.1	7	3.3	10	4.7	41	19.2
60 ปีขึ้นไป	-	-	1	0.5	7	3.3	5	2.3	-	-	13	6.1
รวม	11	5.2	33	15.5	78	36.6	59	27.7	32	15.0	213	100.0

จากตารางที่ 30 ก. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-29 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่ อยู่ในระดับน้อยและผู้ตอบที่มีอายุในช่วง 30-39 ปี, 40-49 ปี, 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.6, 8.5, 6.1 และ 3.3 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒรากสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามการศึกษา ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	3.3	13	6.1	37	17.4	28	13.1	19	8.9	104	48.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.9	9	4.2	8	3.8	8	3.8	4	1.9	31	14.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1	0.5	3	1.4	17	8.0	13	6.1	5	2.3	39	18.3
อนุปริญญา	2	0.9	4	1.9	7	3.3	5	2.3	1	0.5	19	8.9
ปริญญาตรี			3	1.4	7	3.3	5	2.3	4	1.9	19	8.9
ลูกค้าปริญญา					-	-	1	0.5	-	-	1	0.5
รวม	12	5.6	32	15.0	76	35.7	60	28.2	33	15.5	213	100.0

จากตารางที่ 30 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่การศึกษาในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญา และปริญญาตรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒรากสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.4, 8.0, 3.3 และ 3.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าจากการศึกษาจะดูมัธยมศึกษาตอนต้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 4.2

รายงานผลการดำเนินการ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

ระยะเวลา (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	7	3.3	13	6.0	26	12.1	21	9.8	11	5.1	78	36.3
6 - 10	3	1.4	7	3.3	21	9.8	13	6.0	7	3.3	51	23.7
11 - 15	2	0.9	5	2.3	7	3.3	7	3.3	3	1.4	24	11.2
16 เป็นไป	-	-	8	3.7	23	10.7	19	8.8	12	5.6	62	28.8
รวม	12	5.6	33	15.3	77	35.8	80	27.9	33	15.3	215	100.0

จากตารางที่ 30 ค. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ดำเนินกิจกรรมมาแล้วทุกช่วงระยะเวลา มีความคิดเห็นชอบส่วนใหญ่กับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่รายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.1, 9.8, 3.3 และ 10.7 ตามลำดับ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขตช้ามเมือง และช้ามเมืองนอก ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช้ามเมือง	5	2.3	11	5.1	50	23.1	16	7.4	11	5.1	93	43.1
ช้ามเมืองนอก	7	3.2	22	10.2	28	13.0	44	20.4	22	10.2	123	56.9
รวม	12	5.5	33	15.3	78	36.1	60	27.8	33	15.3	216	100.0

จากตารางที่ 30 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตช้ามเมือง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.1 และร้านที่ตั้งอยู่ในเขตช้ามเมืองนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.4

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูง
กว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขต
อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	3	2.6	8	6.8	27	23.1	11	9.4	9	7.7	58	49.6
อำเภอรอบนอก	5	4.3	13	11.1	15	12.8	16	13.7	10	8.5	59	50.4
รวม	8	6.9	21	17.9	42	35.9	27	23.1	19	16.2	117	100.0

จากตารางที่ 30 ฯ. แสดงว่าผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.1 และผู้ที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.7 เท่ากัน

รายงานการสำรวจ

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูง
กว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านที่อยู่ในเขต
อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกในจังหวัดสุโขทัย

สถานที่ ตั้งร้าน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง	2	2.0	3	3.0	23	23.2	5	5.1	2	2.0	35	35.4
อำเภอรอบนอก	2	2.0	9	9.1	13	13.1	28	28.3	12	12.1	64	64.6
รวม	4	4.0	12	12.1	36	36.3	33	33.4	14	14.1	99	100.0

จากตารางที่ 30 น. แสดงว่าผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย มีความคิดเห็น
ต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตั้งราคาสินค้าที่ขายสูงกว่าราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่อยู่ในระดับปาน
กลาง คิดเป็นร้อยละ 23.2 สำหรับผู้ตอบที่ตั้งร้านอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก มีความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.3

บัญชีรายรับรายจ่าย

แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
จำแนกตามอายุ ในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย

อายุ (ปี)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	hum	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	%
20 - 29	2	0.9	10	4.7	16 26	7.5 12.1	4	1.9	1	0.5	33	15.4
30 - 39	5	2.3	21	9.8			13	6.1	1	0.5	66	30.8
40 - 49	4	1.9	19	8.9	26	12.1	7	3.3	4	1.9	60	28.0
50 - 59	2	0.9	9	4.2	22	10.3	7	3.3	2	0.9	42	19.6
60 ปีขึ้นไป	2	0.9	3	1.4	6	2.8	2	0.9	-		13	6.1
รวม	15	7.0	62	29.0	96	44.9	33	15.4	8	3.7	214	100.0

จากตารางที่ 31 ก. แสดงว่าผู้ตอบส่วนใหญ่จะตั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.5, 12.1, 10.3 และ 2.8 ตามลำดับ