

รายงานการวิจัย  
เรื่อง  
การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการ  
ร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีก  
แบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ

นักวิชาการครุยวิภาณ์ไหหะ รุจฉาชัย

M.B.A. (General Management), D.P.A. (Public Administration)

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม

2546

รายงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม

หัวข้อวิจัย การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพศาล รัว่องชัย

คณะ วิทยาการจัดการ

สถานบัน ราชภัฏพิบูลสงคราม

ปีการศึกษา 2546

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณด้วยการสัมภาษณ์ประจำหน้ากิจการร้านค้าและหัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าที่เป็นจังหวัดตัวอย่างและผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขาพิษณุโลก และจากแบบสอบถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 226 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสําริจูป SPSS for Windows ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไฟฟากาว ตารางหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเทียร์สัน และการวิเคราะห์การทดสอบอยพนคุณ

### ผลการวิจัยพบว่า

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นร้านเด็กๆ 1 คูหา เจ้าของร้านทำหน้าที่ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลด้านการเงิน เปิดร้าน ปิดร้าน สั่งซื้อสินค้าเข้าร้านตัวเจ้าของสินค้าคงเหลือ ทำบัญชี และดูแลสินค้าให้ถูกต้อง สำหรับการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านส่วนใหญ่ใช้วิธีสั่งซื้อจากพนักงานขายของบริษัทที่นำเสนอยากรายสินค้าถึงร้าน มีการตรวจจับสินค้าเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง การกำหนดราคา ที่ขายให้ราคาที่ติดมากับตัวสินค้า สินค้าที่ขายดี 3 อันดับต้นๆ เช่น ชุดนอนเด็ก และของใช้ในชีวิตประจำวัน เจ้าของร้านส่วนใหญ่มีผู้ช่วยค้าเนื่องงาน 1 คน และมียอดขายที่ไม่แน่นอน การแบ่งชั้นที่ส่งผลกระทบให้แก่ร้านค้าปลีกประเภทเดียวกัน และร้านเช่าเชิงพาณิชย์ เช่น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะทำอาชีพนี้ต่อไปเพราเป็นอาชีพหลักที่เคยทำมา และสำหรับช่วงเวลาที่เปิดร้านได้แก่ 05.00 – 07.00 น. และเวลาปิดร้าน 19.00 – 21.00 น.

2. สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนืออยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่ในระดับมาก

3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการและจังหวัดที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ

4. สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือและในจังหวัดที่มีคะแนนร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล侈คราม  
Pibulsongkram Rajabhat University

<b>Research Title</b>	<b>A Problem and Effect of the Modern Retail and Wholesale Operations to the Traditional Retail Shops in the Northern Region</b>
<b>Name</b>	Assistant Professor Phaisan Rewthongchai
<b>Faculty</b>	Faculty of Management Science
<b>Institute</b>	Rajabhat Institute Pibulsongkram
<b>Year</b>	2003

### **ABSTRACT**

The purpose of this research was to study the problems and the effects of the modern retail and wholesale operations to the traditional retail shops in the northern region. A qualitative and quantitative research was used for this study. The subjects were chairmen of the Provincial Chamber of Commerce, the Heads offices of the Provincial Commercial Business and Development as well as the manager of Lotus Supercenter, Phitsanulok branch were interviewed. 226 traditional retailers answered the questionnaires. The SPSS window program, percentage statistics, means, standard deviation, chi-square, multiple regression, and through a comparative test between variables by Pearson's product moment correlation coefficient were instruments used for analyzing data.

The findings were as follows:

1. The traditional retail shops studied were most of one-tenement block building. The owners did business by selling goods in the shops, took care of financial management, opened and closed the shops by themselves. Additionally, they also ordered goods, checked the products left in stock, operated bookkeeping, and dispatched the goods to customers. For purchasing goods to their shops, the traditional retail shop owners ordered goods by means of ordering goods of which the representatives of any company offering the goods to their shops. Goods, in an average, were checked once a month. The price of products was indicated by-the price tags attached to the goods. Products accounted for best sales were beverages,

snacks, and goods used in daily life. Most of the shop owners always had one assistant. The top sale in each day was not certain. The competition that had an effect to them was the kind of shop at the same level and Seven Eleven shops respectively. Most retailers were willingly going on conducting their career because it was their main profession in which they got used to. The appropriate time for opening their shops was at 5.00 a.m. to 7.00 a.m., and closed at 7.00 p.m. to 9.00 p.m.

2. The problem conditions of the traditional retail shops in the northern region were in moderate level, and the factors concerning with operations of modern retail and wholesale had many effects to the traditional retail shops in higher level.

3. Duration of operation and the provinces where the traditional retail shops located had no relation to the problem conditions and the factors concerning with the operations of modern retail and wholesale in the northern region.

4. The problem conditions of the traditional retail shops and the factors concerning with operations of modern retail and wholesale, in perspective, had relation to the effects on the operations of the traditional retail shops in the northern region and the provinces where there were and there were no modern retail and wholesale supercenters operating. These effects were statistically significant at 0.05 level.

## กิจกรรมประจำ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเพราะความอนุเคราะห์ในด้านข้อมูลและคำปรึกษาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามเป็นอย่างสูงไว้ในโอกาสนี้

ขอขอบพระคุณนายสุวิทย์ นิรัญพฤกษ์ ประธานของการค้าจังหวัดพิษณุโลก นายธารงค์ อศวนุชิริกุล ประธานของการค้าจังหวัดกำแพงเพชร นายราชนย์ วีระพันธ์ ประธานของการค้าจังหวัดเชียงใหม่ นายชัยวัฒน์ ตั้งเมธีกุล ประธานของการค้าจังหวัดแพร่ นางสาวกัญญา ชินดิเทยววงศ์ หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดพิษณุโลก นายบุญรัตน์ บุ้มราช หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ นายวุฒิ อะภัยนุกูล หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดแพร่ และนายสุรพงษ์ มั่นคง ผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขาพิษณุโลก ที่ได้อนุญาตให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทำให้ได้รับข้อมูลที่มีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งแก่งานวิจัยนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุวัติ ศรีนันท์ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ อาจารย์เพ็ชร์ บุศเส้า อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร และนางสาวชนก อุปการ เจ้าหน้าที่สำนักงานบริหารจังหวัดแพร่ ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการประสานนักศึกษาออกเก็บข้อมูลภาคสนามพร้อมทั้งทราบข้อมูลและจัดส่งให้ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ส่งงาน ชัยจันทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวารีย์ วงศ์วัฒนา และอาจารย์ 다른 ทองลี เชื้อ ที่ได้กรุณาวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณนักศึกษา แขนงวิชาการด้าน โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ สถาบันราชภัฏพิมูลังค์ กำแพงเพชรและเชียงใหม่ ที่ได้ออกภาคสนามในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ขอขอบคุณสถาบันราชภัฏพิมูลังค์ ศรีราชา ที่ได้สนับสนุนงบประมาณ ตลอดจนเจ้าของร้านค้า ตำแหน่ง ทำงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดทุกท่าน

ไพบูล รัชวิชัย

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพิมูลังค์

30 พฤศจิกายน 2546

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประการ	(5)
สารบัญภาพ	(8)
สารบัญตาราง	(9)
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ข้อจำกัดของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
 บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 7
ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	7
แนวทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก	10
การส่งเสริมการขายส้านร้านค้าปลีกขนาดเล็ก	13
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความสัมฤทธิ์	14
ผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก	14
การแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกอย่างภาคสรุป	16
ติสเกาน์สโดยมิตราเวียศึกษา	18
แนวทางของช่องทางการขาย	19
พฤติกรรมผู้บริโภคในเมืองนิยมโนเมติร์นເທດ	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
กรอบแนวคิดในการวิจัย	23

<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>25</b>
<b>วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ</b>	<b>25</b>
<b>ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล</b>	<b>26</b>
<b>การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล</b>	<b>26</b>
<b>วิธีวิจัยเชิงปริมาณ</b>	<b>26</b>
<b>ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง</b>	<b>26</b>
<b>ตัวแปรที่ศึกษา</b>	<b>28</b>
<b>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</b>	<b>28</b>
<b>การเก็บรวบรวมข้อมูล</b>	<b>29</b>
<b>ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล</b>	<b>29</b>
<b>กรรมวิธีทางข้อมูล</b>	<b>29</b>
<b>สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>31</b>
<b>การนำเสนอข้อมูล</b>	<b>31</b>
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>32</b>
<b>ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ</b>	<b>32</b>
<b>ผลการวิจัยเชิงปริมาณ</b>	<b>44</b>
<b>บทที่ 5 สูป อกิจกรรม และข้อเสนอแนะ</b>	<b>121</b>
<b>สูปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ</b>	<b>122</b>
<b>สูปผลการวิจัยเชิงปริมาณ</b>	<b>125</b>
<b>อกิจกรรม</b>	<b>131</b>
<b>ข้อเสนอแนะทั่วไป</b>	<b>136</b>
<b>ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย</b>	<b>137</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>138</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>142</b>
<b>แบบสอบถาม</b>	<b>143</b>
<b>หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์</b>	<b>148</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>151</b>

สารบัญภาพ

ภาพที่

1 กระบวนการคิดในการวิจัย

หน้า

24



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	อัตราส่วนประมาณการส่วนแบ่งตลาดของร้านปลีกแบบตั้งเดิมและร้านปลีกสมัยใหม่	3
2	การจัดลักษณะของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	8
3	มูลค่าการซื้อขายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่	9
4	โครงสร้างธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามประเภทธุรกิจ ผู้ประกอบการผู้ถือหุ้น และจำนวนสาขา	9
5	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	27
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัด	44
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	44
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	45
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	45
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	46
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับเวลาของการทำเนินกิจการ	46
12	จำนวนและร้อยละของลักษณะร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม	47
13	จำนวนและร้อยละของการทำหน้าที่ของเจ้าของกิจการ	47
14	จำนวนและร้อยละการมีและไม่มีผู้ช่วยในกิจการ	48
15	จำนวนและร้อยละของผู้ช่วยในการดำเนินกิจการ	48
16	จำนวนและร้อยละของรายได้ในปีจุลบัน	49
17	จำนวนและร้อยละการซื้อสินค้าที่ขายต่อ 5 อันดับ	49
18	จำนวนและร้อยละเพื่อการประกอบการกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม	50
19	จำนวนและร้อยละวิธีการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน	50
20	จำนวนและร้อยละวิธีการตั้งราคาสินค้า	51
21	จำนวนและร้อยละของร้านที่ถูกผลกระทบ	51
22	จำนวนและร้อยละจำนวนช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมากับการตรวจนับสินค้าในร้าน	52

23	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการตรวจนับสินค้า	52
24	จำนวนและร้อยละของวิธีการจัดร้าน	53
25	จำนวนและร้อยละของการซุ่งเจลูกค้าเข้าร้าน	53
26	จำนวนและร้อยละของเวลาเปิดร้าน	54
27	จำนวนและร้อยละของเวลาปิดร้าน	54
28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัญหาจากการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	55
29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	56
30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	57
31	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดการรับรู้ของตัวเอง ถูกหลาน	57
32	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน	58
33	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ	59
34	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับความไม่สอดคล้องกับลูกค้า มีน้อยลง	60
35	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เกี่ยวกับความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ	61
36	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแย่งชิง	

37	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดการรับซึ่งต่อจากกลุ่มคน	63
38	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน	64
39	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ	65
40	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับความไม่ติดคุ้นเคยกับถูกค้ามีน้อยลง	66
41	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ ที่มีภัยธรรมเนียมงวดในการเก็บภาษีของรัฐ	67
42	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขัน	68
43	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก	69
44	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการต้องมาจ่ายค่าเช่าและเวลา	70
45	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	71
46	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	72

47	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านมายไม้ร้านกว้างขวาง สะอาด และเงื่อนไขภายในเขต ภาคเหนือในด้านภาษา	73
48	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีสินค้าคุณภาพดี	74
49	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย	75
50	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการขายสินค้าในราคาน้ำดื่ม	76
51	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านช่วงเวลาที่เปิดร้านขายสินค้าอย่างกว้าง ภาคเหนือในด้านช่วงเวลาที่เปิดร้านขายสินค้าอย่างกว้าง	77
52	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม	78
53	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	79
54	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการส่งเสริมการขายต่อเนื่อง เช่น การลดราคา การจัดกิจกรรมพิเศษ	80
55	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีพนักงานบริการดี พูดจาสุภาพ	81

56	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการบริหารจัดการที่ดี	82
57	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีเงินทุนในด้านการดำเนินกิจการสูง	83
58	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีระบบข้อมูลที่ดี	84
59	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือในด้านการมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก	85
60	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการพัฒนาร้านค้าลดเวลา	86
61	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	87
62	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ	88
63	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านภาษาในร้านค้าร่วมชาว ตะอาด เย็นสายย	89
64	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเมืองกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านสินค้ามีคุณภาพดี	90
65	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย	91

66	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านการขายสินค้าในภาคตា	92
67	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านช่วงเวลาที่เปิดร้านขายสินค้ายานนานกว่า	93
68	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านมีทำเลที่ดีร้านที่เหมาะสม	94
69	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	95
70	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านการส่งเสริมการขายที่ต่อเนื่อง เช่น ภารกิจทางอาชญากรรม การจด กิจกรรมพิเศษ	96
71	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านการมีภาระงานที่บุคลากรต้องดูแล	97
72	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านมีการบริหารจัดการที่ดี	98
73	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินกิจการสูง	99
74	ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขต ภาคเหนือด้านการมีระบบข้อมูลที่ดี	100





92	การวิเคราะห์ถดถอยพนคุณระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	118
93	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากการสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	119
94	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากการสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ จากปัญหาและผลกระทบที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับ	120

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล侈คราม  
Pibulsongkram Rajabhat University

## บทที่ 1 บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากหลักฐานที่พบในศิลปาริบกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ตอนหนึ่งที่ว่า “ในน้ำ มีปลา ในนามีหัว เจ้าเมืองบ่อกอกบ... รุ้งวัวไปค้า ขึ้ม้าไปขาย ให้จักค้าซังค้าไครจักค้า ม้าค้า ...” จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นได้ว่าการค้าของไทยได้เริ่มมามาตั้งแต่สมัยสุโขทัย และได้มีการพัฒนาสูญแบบธุรกิจการเรือยมา (กรรณิการ์ ถึงฝั่ง, 2539) จนถึงสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ธุรกิจการค้าส่วนใหญ่อยู่ในมือของพ่อค้าชาวจีน เมื่อจากประเทศไทยเป็นศูนย์กลางความเจริญที่อยู่ใกล้ ประเทศไทยและมีสัมพันธ์กับประเทศจีนมาตลอด และจากสนธิสัญญาเมาวิรชัชระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลจังกฤษในปี พ.ศ. 2398 ต่อเนื่องฯ ให้เป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Open Economy) ของไทย ห้องคนนี้ผลให้ไทยต้องยกเลิกการผูกขาดการค้าของรัฐ การลดภาษีสินค้าส่งออกและภาษีนำเข้า นอกจากจะทำให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวเพื่อส่งออกแล้ว ยังมีผลให้กุ้งเหהหะกลายเป็นเมืองค้าชาย พอค้าต่างชาติมีเสรีภาพในการค้าชายได้ทั่วราชอาณาจักร บริษัทการค้าของชาติตะวันตกจึงเริ่มเกิดขึ้นในประเทศไทย และทำให้มีการขยายตัวมากขึ้นและจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเมื่อปี พ.ศ. 2475 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542) หลังจากนั้นก่อนหน้าคราวราชปี 2510 การค้าปลีกสมัยใหม่ยังไม่เพื่อพุ ร้านค้าปลีกทั่วโลกส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำขนาดเล็กที่ขายให้กับผู้คนทั่วไปอยู่ในละแวกใกล้เคียง ถูกบิหรรษันไม่ต้องการความสามารถในด้านการค้าต่างประเทศ สินค้าของกองอย่างไม่เป็นระเบียบ เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่มีสมรรถนะในการค้าร่วมกันต่ำ และตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา เริ่มเกิดการปฏิวัติใหญ่ในวงการค้าปลีกของประเทศไทยพัฒนาแล้ว จนทำให้ธุรกิจค้าปลีกกลายเป็นธุรกิจแนวหน้า ในด้านการนำวิทยาการมาใช้ มีการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและให้ผู้บริหารมีอ率为พ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ผู้ค้าปลีกมีอำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตและผู้บริโภค จึงทำให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เริ่มขยายตัวออกจากเมืองใหญ่สู่ชนบท และจากประเทศไทยแล้วไปสู่ประเทศกำลังพัฒนาทั่วโลก กระแสการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เริ่มปรากฏเด่นชัด ในประเทศไทยปลายปีทศวรรษ 2520

ในประเทศไทยมีร้านค้าปลีกที่ทันสมัยมาตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2500 เช่น ห้างเชิงกราน (รังสฤษฎา) ห้างใต้ฟ้า ห้างแมวคำ ฯลฯ นอกจากนั้นในปี พ.ศ. 2507 เริ่มมีร้านค้าปลีกที่ทันสมัย

เป็นห้างสรรพสินค้าของญี่ปุ่น คือ ห้างไทยไดมารู ซึ่งถือเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกที่ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นส่วนประกอบของห้าง ได้แก่ บันไดเลื่อนและเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า จึงทำให้ห้างไทยไดมาตรฐานโดยเป็นแบบให้แก่ห้างสรรพสินค้าไทย ในเวลาต่อมา แต่ในช่วงเวลาต่อมาอุรุกวิจค้าปลีกยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ไม่เป็นที่แพร่หลาย เพราะยังไม่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยในขณะนั้น เนื่องจากห้างสรรพสินค้าจะจำหน่ายสินค้านำเข้าที่มีราคาแพง ลูกค้าจึงมีเพียงชนชั้นสูงที่มีฐานะดี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542) ทำให้ห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ต้องตั้งอยู่ในท่าเรือที่เป็นย่านธุรกิจ ใจกลางเมือง แต่ต่อมาเมื่อก้าลังขึ้นของคนกรุงเทพเพิ่มขึ้น ประกอบกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค ในเมืองเปลี่ยนไป เกิดของผู้บริโภคค้ามากขึ้น จึงไม่ต้องการเสียเวลาเดินทางไปซื้อสินค้า หลากหลายมิติจากหลายแห่ง ทำให้ห้างสรรพสินค้าได้เริ่มขยายอย่างก้าวกระโดดเมืองและหัวเมือง ใหญ่มากขึ้น

จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงค้าปลีกไทยไปสู่รูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่ เริ่มเด่นชัดในต้นทศวรรษ 2530 โดยเครื่องเริ่มใหญ่กิจภัณฑ์ได้เปิดตัวกิจกรรมค้าสัมภัยใหม่ขึ้น ในปี พ.ศ. 2532 เป็นร้านค้าส่งรูปแบบของแฟชั่นเครื่องประดับชื่อว่า "เม็คโค" สาขาลาดพร้าว ในปี พ.ศ. 2534 ร้านค้าปลีกที่ชื่อว่า "บิ๊กบีซเปอร์เซ็นเตอร์" สาขาแจ้งวัฒนา และสาขาวงศ์สว่าง ได้ยบริษัท เร็นทรัล รีเทลเก็ป คอร์ปอเรชัน และในปี พ.ศ. 2538 โลตัส บีซเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาช่องคอนสแควร์ เกิดขึ้นโดยเครื่องเริ่มใหญ่กิจภัณฑ์เป็นแห่งแรกในประเทศไทย

จากการศึกษาทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดระบบการอุรุกวิจค้าปลีกของไทยอ่อนแองอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีการแทรกแซงหมายที่เปิดโอกาสให้คนต่างด้าวเข้ามาร่วมกับอุรุกวิจค้าปลีกที่มีความต้องการสูง เช่น จีน ญี่ปุ่น จีนตัวใหญ่ ฯ ลฯ ที่ต้องการสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก จึงทำให้อุรุกวิจค้าปลีกที่มีความต้องการสูงเป็นผู้นำหุ้นใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 หน้า 10) ทำให้การดำเนินมานอย่างภายในประเทศเริ่มมีความต้องการสูง จึงได้พัฒนา กลยุทธ์จันทร์สามารถขยายกิจการครอบคลุมไปเกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในภาคที่ถูก มีการส่งเสริมการขาย สร้างมาตรฐานค่าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานาน และส่งผลให้จำนวนอัตราการดำเนินกิจการระหว่างร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2545 ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 อัตราส่วนประมาณการส่วนแบ่งตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่**

ธุรกิจ	2542	2543	2544	2545
ค้าปลีกแบบดั้งเดิม	70	60	46	36
ค้าปลีกสมัยใหม่	30	40	54	64

ที่มา : (ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าคงคลังในเดือนกรกฎาคม 2546 หน้า 22)

ตั้งนี้เพื่อให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ด้านการแบ่งช่วงของธุรกิจค้าปลีกที่เกิดขึ้นได้ ผู้อธิบายจึงได้ทำการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาภารกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้ตรงตามสภาพที่เป็นจริง

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

- เพื่อศึกษาการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ
- เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการทำกิจการร้านค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ
- เพื่อศึกษาความตื้นเข้มระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และปัจจัยที่เกี่ยวกับการทำกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการทำกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ
- เพื่อศึกษาความตื้นเข้มระหว่างสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และปัจจัยที่เกี่ยวกับการทำกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับผลกระทบที่มีต่อการทำกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ และจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

**สมมติฐานการวิจัย**

- ระยะเวลาในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความตื้นเข้มกับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ
- จังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่มีความสัมภันธ์กับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ

3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ

4. จังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ

5. สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสัมพันธ์กับผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือและจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

6. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือและจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาสภาพปัจจุบันของร้านค้าแบบดั้งเดิมและปัจจัยจาก การดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนิน กิจการอยู่ได้แก่ จังหวัดเพชร และจังหวัดกำแพงเพชร โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการสัมภาษณ์บุคลากรเจ้าลีก ซึ่งผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ เจ้าของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประถมหรือการค้า หัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนกิจการค้า ผู้จัดการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม – มกราคม 2546

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน จังหวัดตัวอย่างโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 226 ราย ระยะเวลาในการเก็บรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม – กุมภาพันธ์ 2546

## ข้อจำกัดของการวิจัย

ข้อจำกัดที่ผู้วิจัยได้รับจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. ร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ส่วนใหญ่ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ ทั้งที่ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม ทำให้ได้ข้อมูลในส่วนนี้ไม่ครอบคลุมตามที่กำหนดไว้

2. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมทั้ง 4 จังหวัดที่ผู้วิจัยได้ประสานขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าร่วมการสัมภาษณ์ได้โดยให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาหรือไม่สะดวกที่จะมาให้ผู้เข้าร่วมไม่ครบตามที่กำหนดไว้

3. ประชากรที่เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมทุกจังหวัดยังไม่มีหน่วยงานใดทำการสำรวจจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยต้องใช้วิธีแจกจ่ายแบบดั้งเดิมโดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์สถาบันราชภัฏในพื้นที่และผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจโดยตรง ด้วยวิธีการแจกจ่ายแบบดั้งเดิมที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามหลักและตอนน่องในเขตพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อให้ได้จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการต่อเนื่องกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และเพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอนาคต奔สู่ให้ตรงตามสภาพความเป็นจริง

## นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่จำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงมีเจ้าของร้านเป็นผู้ดำเนินงานและเป็นผู้รับผิดชอบทุกอย่างในร้านดังแต่เปิดร้าน การซื้อขายสินค้า การขายหน้าร้าน การเก็บเงิน จ่ายเงิน การจัดสินค้าในร้าน การทำความสะอาดร้าน การวัดปริมาณสินค้าในร้าน และปิดร้าน

2. ร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ หมายถึง ร้านค้าปลีกหรือค้าส่งขนาดใหญ่ที่มีความทันสมัย ได้แก่ Big C, Lotus และ Makro

3. ประชากร หมายถึง ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครและเทศบาลเมืองในจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดเพชร โดยมีที่ตั้งอยู่บริเวณถนนหลักและถนนรองโดยได้จากการแจ้งนับของผู้วิจัย

4. เบ็ดภาคเหนือ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ให้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดแพร่

5. จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ หมายถึง จังหวัดที่มีการแบ่งขั้นจาก การดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ให้แก่ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัด เชียงใหม่

6. จังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ หมายถึง จังหวัดที่ไม่มีการแบ่งขั้น จากการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ให้แก่ จังหวัดแพร่ และจังหวัด กำแพงเพชร

7. สภาพปัจจุบัน หมายถึง สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เกิดขึ้นจาก ภัยในกิจการ ให้แก่ การขาดผู้รับซื้อกิจการต่อ การขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน กาแฟเดิมทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน ความใกล้ชิดคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง ความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐและการไม่สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง

8. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ หมายถึง สิ่งที่ร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่สามารถควบคุม และพัฒนาไม่มีความสอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภค ให้แก่ การมีสินค้าให้เดือนทาง มีการพัฒนาร้านตลอดเวลา มีการ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่บิ๊บเบี้ยน ภายใต้ร้านกาแฟ สะดวก เย็นสบาย สินค้ามีคุณภาพดี มีที่จอดรถสะดวก ก่อต่อภัย ขายสินค้าในราคาน้ำ ช่วงเวลาเปิด ปิด业务 มีท่าเต็งตั้งร้านที่เหมาะสม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการลงเรื่องราว นำเสนอ ผลงานบริการดี ชุดจานกาแฟ มีการบริหารจัดการที่ดี มีทุนในการดำเนินงานสูง และมีระบบ ข้อมูลที่ดี

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประกอบธุรกิจในลักษณะของร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ดำเนินการโดยเจ้าของซึ่งอาจจะประกอบด้วยหน้าร้านครอบคลุมและสามารถใช้ในครอบครัวที่อยู่กันทำทุกอย่างในร้าน มีการกำหนดน้ำที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน เช่น การขายของหน้าร้าน การทำความสะอาด การซ่อมแซมให้สูงค่า การเก็บเงิน การทำบัญชีรับจ่ายในแต่ละวัน การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากพ่อค้าขายส่งที่มานำเสนอขายสินค้าถึงร้าน หรือพนักงานขายโดยตรงจากบริษัท กำไรที่ได้จากการดำเนินงานก็จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสภาพบรรยายกาศของกิจการค้าขายแบบไทย ๆ ที่ได้สืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน และในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าเริ่มเปลี่ยนไป มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น มีธุรกิจค้าปลีกจากต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการบริหารจัดการในรูปแบบใหม่ ๆ ถ้าธุรกิจค้าปลีกสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในธุรกิจของตนและจากความต้องการของผู้บริโภค ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในธุรกิจของตนและจากความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุทำให้ต้องพบกับปัญหาด้านรายได้ จำนวนลูกค้าลดลงจนถึงขั้นต้องเลิกกิจการได้ในที่สุด

#### ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยถูกแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จะเป็น 7 ชนิด คือ 1. ห้างสรรพสินค้า เช่น เวนทรัล หอวัฒนธรรมฯ 2. ชูเปอร์เซ็นเตอร์ หรือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี เทสโก้โลตัส คาร์ฟูร์ 3. แฟชั่นออดิโอริ เช่น ห้างแม็คโคร 4. ชูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ห้อปส์ 5. ร้านค้าเฉพาะอย่าง เช่น บราฟ 6. แคตติคอลล์เซอร์ เช่น พาวเวอร์บาย ออฟฟิศดีปะ แคค 7. ร้านค้าสะดวกซื้อที่อยู่ในบ้าน เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ช่วง 2 - 3 ปี ที่ผ่านมาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นของคนไทยและเปลี่ยนไปเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ หลากหลายรูปแบบ และวิถีชีวิตรุ่นใหม่ต่างชาติเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เพิ่มมากขึ้น อาทิ เทสโก้โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ แม็คโคร มีการขยายตัวทั่วทั้งอาเซียน (จำนวนสาขา) และมุ่งค่าหัวอยอดขายโดยในปี 2540 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่สามารถครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด ของหน้าร้านธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เป็นของคนไทยไปแล้วที่ร้อยละ 53.19 และร้อยละ 46.81 ตามลำดับ

(ธุรกิจค้าปลีก, 2545, หน้า 9) และจากการจัดลักษณะของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่โดยกระทรวงพาณิชย์ ได้แบ่งไว้ดังนี้ (เปิดในโฆษณา, 2544, หน้า 4)

ตารางที่ 2 การจัดลักษณะของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ลักษณะของ ธุรกิจ	กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)	จำนวน (รายต่อวัน)	ประเภท ของสินค้า	ทำเลที่ตั้ง	กลยุทธ์ที่ใช้ แข่งขัน
Cash & Carry	บิ๊ชท์, ร้านค้าและ หน่วยงาน ต่างๆ	10,000 - 20,000	20,000 - 30,000	สินค้า อุปโภค บริโภค <sup>*</sup> ประจำวัน	ชานเมือง	ราคาถูก
Department Store	บุคคลทั่วไป	20,000 - 40,000	มากกว่า 30,000	สินค้า อุปโภค <sup>*</sup> บริโภค <sup>*</sup> ทุกประเภท	แหล่งชุมชน	บริการและ สินค้าครบ <sup>*</sup> ทุกประเภท
Supercenter Hyper-market	บุคคลทั่วไป	10,000 - 30,000	มากกว่า 30,000	สินค้า อุปโภค <sup>*</sup> บริโภค <sup>*</sup> ประจำวัน	ชานเมือง	ราคาถูก
Convenience Store	บุคคลทั่วไป	100 - 300	1,000 - 5,000		แหล่งชุมชน	สะดวก ด้วยเวลา, สถานที่
Category Killer	บุคคลทั่วไป <sup>*</sup> และธุรกิจ <sup>*</sup> ขนาดย่อม	2,000 - 5,000	2,000 - 5,000		แหล่งชุมชน และชาน ธุรกิจ	ราคา
Special Store	บุคคลทั่วไป <sup>*</sup> และธุรกิจ <sup>*</sup> ขนาดย่อม	2,000 - 5,000	2,000 - 5,000		แหล่งชุมชน และ ชานธุรกิจ	ลักษณะ เฉพาะของ สินค้า ที่จำเป็น

**ตารางที่ 3 นวัตกรรมการซื้อขายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่**

หน่วย : ล้านบาท

ธุรกิจ	2539	2542	2544	ส่วนแบ่ง
ห้างสรรพสินค้า	100,000	80,280	97,000	18.20
ชูเปอร์มาร์เก็ต	16,000	18,900	22,785	4.30
ดิสเคาต์สโตร์	56,000	84,000	126,000	23.50
คยันวีเนียร์สโตร์	22,000	27,300	34,175	6.40
สเปเชียลตี้สโตร์	6,000	6,300	8,545	1.70
รวม	200,000	216,780	288,905	100.0

ที่มา : (สำนักงานคณะกรรมการตัดหลังไม้เดิร์นแทรด, 2546, หน้า 22)

**ตารางที่ 4 โครงสร้างธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ตามภูมิภาค ผู้ประกอบการ ผู้ถือหุ้น และจำนวนสาขา**

ประเภทธุรกิจ / ผู้ประกอบการ	ภูมิภาคที่อยู่	จำนวนสาขา
1. ห้างสรรพสินค้า		
เซ็นทรัล	ไทย (กลุ่มบริษัทแม่)	14
โลตัส	ไทย (กลุ่มเซ็นทรัล)	18
เดอะมอลล์	ไทย	7
สยามจัตุรัส	ผู้บุญ	10
ดังวัสดุ	ไทย	2
พาร์ค	ไทย	1
2. ดิสเคาต์สโตร์		
2.1 ชูเปอร์เซ็นเตอร์ / ไชน่ามาร์เก็ต		
บิ๊กซี ชูเปอร์เซ็นเตอร์	ฝรั่งเศส (กลุ่มกาลิโน)	32
การพูร์	ฝรั่งเศส	17
เพลท์ โลตัส	ยังคงใช้	38
2.2 ศูนย์ค้าส่ง		
แม็คโคร	เนเธอร์แลนด์	21

ประเภทธุรกิจ / ผู้ประกอบการ	ผู้ถือหุ้นใหญ่	จำนวน สาขา
3. ร้านค้าเฉพาะอย่าง		
บู๊ฟฟ์	อังกฤษ	67
วัตสัน	ไทย (กลุ่มเจ็นทรัล)	63
มาრค แอนด์ สเปนเซอร์	ไทย (กลุ่มเจ็นทรัล)	8
4. แฟชั่น อาร์คิวเลอร์		
เพาเวอร์บาย	ไทย (กลุ่มเจ็นทรัล)	37
ออฟฟิศ ดีป้า	ดีป้าอิงค์ 80% และไทย 20% (กลุ่ม เจ็นทรัล)	2
ไซม์ป้า	ไทย	11
ชูเปอร์ สปอร์ต	ไทย (กลุ่มเจ็นทรัล)	33
5. ชูเปอร์มาร์เก็ต		
ห้อปัส ชูเปอร์มาร์เก็ต	เนเชอร์แนนด์ (รายสัมภ์ โอลด์)	47
ฟู้ดแอนด์ ชูเปอร์เจ็นเนอร์	ไทย	8
6. ร้านสะดวกซื้อ		
เมเย่น อีเลฟเฟ่น	ไทย (กลุ่ม เชพี)	2,002
แฟมิลี่มาร์ท	ไทย	160
ร้านบ้านเกิด	ไทย (กลุ่มยูคอม)	174

ที่มา : (ยุคดิสเคาเตอร์ไทร์ฟังก์, 2546, หน้า 22)

แนวทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

หลักการและวิธีการที่จะปรับปรุงร้านค้าอย่างให้สูงทันสมัยขึ้น มีดังต่อไปนี้  
(โวจัน วิภาสวัชรโยธิน, 2536, 115 - 121)

#### 1. คุณสมบัติของเจ้าของกิจการ

1.1 ความรู้ ในที่นี้มีได้หมายถึงต้องเรียนสูง ๆ แต่จะหมายถึงการเปิด  
โลกทัศน์ของตนให้กว้าง หมั่นหาข้อมูลในสินค้าที่ขาย ติดตามข่าวสารการตลาดอย่างใกล้ชิด  
รู้ด้วยว่าอะไรเป็นที่นิยมและสินค้าอะไรให้กำลังจะเสื่อม ต้องเรียนรู้ว่าถูกค้าของเราเป็นใครมี  
มนุษยสัมพันธ์ทั้งกับคนในครอบครัวตนเองและกับลูกค้า

1.2 ต้องสนใจงานทุกอย่างที่ต้องการ เช่น การจัดซื้อสินค้าจะซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน การตั้งราคา จะขายราคาเท่าไหร่ เอากำไรเท่าไหร่ การตดสินค้าคงเหลือ หรือดูแลสต็อก จะต้องหมั่นตรวจสอบไม่ตกค้างนานแล้วบ้าง จะได้ผลักดันออกมายานหรือนำทางคืนให้แก่บริษัทฯ ซึ่งเรื่องสต็อกนี้ควรใช้ลักษณะ 3 ประการคือ

1.2.1 การจัดวางไว้ให้เป็นระเบียบ อย่างมีง่ายโดยมองทั้งสองข้าง

1.2.2 สินค้าที่เข้ามาก่อน ต้องนำออกมายานก่อนเสมอ

1.2.3 ควรดับบันทึกการรับสินค้าเข้าและการจ่ายสินค้าออกด้วยสมุดบันทึกการสินค้าแยกเป็นประเภทเป็นอย่างดี เพราะจะตรวจสอบได้ว่ามีสินค้าคงเหลืออยู่มากน้อยแค่ไหน

1.3 ความเป็นมิตร เจ้าของร้านต้องจำไว้ว่าลูกค้าอยู่ในไกลจากตัวเรา เหตุไน้ก้า ดังนั้นเราจะเป็นต้องรักษาลูกค้าไว้ให้ต้องเข้าให้กับทุกคนและทุกคนตุ่นบุคคล

1.4 บุคลิกภาพต้องเหมาะสม เช่น เสื้อผ้าที่สวยงามให้กับการต้องเจรจาต่อรอง กิริยานารยากรองเรียบร้อย ความสะอาดของร่างกาย ถูกลาด

2. ทำเลที่ตั้ง ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นเมืองที่สำคัญมาก การค้าปลีกต้องอาศัยจุดขายที่สะดวก เป็นสถานที่ที่คนเดินทางมา

3. การจัดร้าน ผู้ขายที่ต้องรับให้เจ้าของร้านมีพื้นที่เพื่อรายสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น มีสินค้ามากขึ้น ช่วยให้ลูกค้าสะดวกในการเลือกซื้อ ควบคุมการขายได้ง่าย ให้จัดให้มีทางเข้าออกทางเดียว

4. การติดหมุดสินค้า เพื่อสะดวกต่อการจัดวาง ควรจัดให้สินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันหรือใช้ต่อเนื่องอยู่ด้วยกัน หรืออยู่ในหมวดที่ติดกัน

5. การจัดการเรื่องบุคคล ร้านค้าของเข้าโดยมากเจ้าของจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ซึ่งมีลักษณะเป็นลูกจ้างในร้านที่ทำหน้าที่สำหรับอย่าง ขาดระเบียบแบบแผน หากเปลี่ยนให้ร้านต้องหันสมัยแล้ว การจัดการเรื่องคนก็ควรจะให้การพิจารณาด้วย อย่างน้อยที่สุดก็เรื่องการแต่งกายของลูกจ้าง และมารยาทในการสูดดูยกับลูกค้า

6. การจัดการด้านการขาย การขายแบบให้ลูกค้าช่วยตนเอง ทำให้ลูกค้ามีอิสระมากขึ้น ทำให้เขื่อนใจมากและช่วยให้ประชาชนติดตามบริการด้วย การจัดเก็บค่าสินค้าต้องเครื่อง เก็บเงิน ช่วยให้เจ้าของรู้ว่า วันนี้ขายสินค้าได้กี่บาท สินค้าในร้านควรติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

7. การจัดซื้อ ร้านค้าของชำมีข้อเสียเบริ่งบมากในเรื่องนี้ เพราะไม่สามารถซื้อสินค้าได้ทั่วโลกมาก ๆ เนื่องจากขายได้น้อย จึงทำให้มีต้นทุนสูงกว่า ร้านค้าของชำจึงควรติดตามข่าวสาร การลดราคาและกันของร้านค้าชูเปอร์มาร์เก็ตในญี่ปุ่น ๆ และควรอยู่ห้องเช่าร้านในกรณีที่ถูกกว่าห้องเช่าจากบริษัทโดยตรง

8. ความสามารถในการตัดสินใจ เจ้าของร้านต้องมีความพากเพียร มีความคิดไว้เริ่มอยู่ตลอดเวลา ต้องรู้จักสร้างทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางเลือกในการทำงานที่ดีที่สุด เพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการทำงานน้อยที่สุด

๙. ฐานะการเงิน ผู้บริหารร้านค้าปลีกต้องรู้จักวางแผนทางการเงิน เพื่อให้มีเงินทุนเพียงพอที่จะดำเนินงานต่อไปจนประสบความสำเร็จ

10. แนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ร้านค้าปลีกขนาดเล็กถือได้ว่า มีห้องได้เปรียบจากศูนย์แข่งที่จะเข้ามายืนมี กล่าวคือ

10.1 ทำเลที่ตั้ง เมืองจากเปิดให้บริการอยู่ก่อน การเลือกทำเลซึ่งอยู่ในทำเลที่ดีกว่าคู่แข่งที่จะเข้ามาใหม่

#### 10.2 เจ้าของดำเนินกิจการเอง ทำให้เกิดภัยด้วยตัวเอง

10.3 ถูกต้องแล้วเป็นอย่างดี ไม่ต้องลงทุนไม่มีผล

การพัฒนาเมืองดัน เป็นการลงมือให้กับปัจจุบันค้าที่ทำอยู่ในลักษณะที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องลงทุนหรือวางแผนการค้าเนินการปรับปรุงอย่างขยันขันรุณให้สูง แต่สามารถทำได้โดยง่าย เช่น การปรับปรุงด้านการให้บริการ การจัดหาสินค้าที่ถูกต้องตามความต้องการ ซึ่งมาเพิ่มเติมในร้าน ภารกิจปรับปรุงบาร์บาร์ากา และการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ การปรับปรุงเรื่องราคาขาย และการจัดวางสินค้าให้ถูกต้องก็จะได้อย่างต่อเนื่อง โดยกลยุทธ์เด็ดสินค้ามีแนวคิดดังนี้ คัดเลือกสินค้าที่น่าขายในร้าน และความฯ ขายได้สักชิ้น ของจากร้าน คัดเลือกแท็ลิสินค้าที่ถูกค้านิยมเป็นสินค้าขายดีไว้ในร้าน มีเกณฑ์ในการคัดเลือก สินค้าดังนี้ คัดจาก 10 ยอดคันดับสินค้าขายดี ถูกถ้วนถูกค้าที่เป็นขาประจำเป็นถูกค้าประจำ ให้ โดยดูรสนิยม ระดับรายได้ พฤติกรรม ฯลฯ จะได้ข้อแท็ลิสินค้าที่เข้าต้องการให้บริการ เลือกแท็ลิสินค้าที่เหมาะสมกับถ้วนถูกค้าขายของร้านตามที่สำคัญให้ พิจารณาจากผลตอบแทนที่ได้ จากการขายสินค้ามีเงินหลัก ดูร่าสินค้าที่เราจะเลือกให้ขายมีรายการส่งเสริมการขายหรือไม่ ถ้าไม่มีขอแนะนำได้ยาก

## การส่งเสริมการขายสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และอาจทำได้โดยง่าย ดังนี้

1. "ผู้ขายใจดี" คือทุกครั้งที่ลูกค้าซื้อสินค้ามากกว่า 50 บาทขึ้นไป เมื่อคิดเงินรวมแล้วมีเศษสตางค์ก็ลดให้ลูกค้าไป หลักการคือเจ้าของขายเองเล็ก ๆ น้อย ๆ ลดราคาภัยลูกค้า

2. ขายการสะดวกบุปองและของวัสดุจากร้าน มีสักการคือทุกครั้งที่ลูกค้าซื้อสินค้าครบ 50 บาท จะให้บุปอง 1 ใบ สะดวกให้แลกของวัสดุ ระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน

3. สั่งสูบบุหรี่บาร์บล เจ้าของร้านกำหนดว่าบาร์บลที่น่าสนใจมา 1 ชุด โดยกำหนดไว้ข้อควร 50 บาท สั่งได้ 1 ครั้ง

4. "ราคากลูกบ้าน" คือลดราคาสินค้านั่นเอง โดยเจ้าของร้านนำสินค้าขายเดิมกันเดือนลดราคานั้นไปรันทดยึดหัว สองอย่าง โดยตั้งไว้ ณ จุดเก็บเงิน จะได้เพิ่มลูกค้าได้ (โกรอน วิภาสวัชรโยธิน, 2537, 98 - 99)

มีหลายคนคิดว่าร้านค้าปลีกคุณน่ารือส่องคุณามีกำลังซื้อวันละเป็นจำนวนมาก ยากที่จะทำการส่งเสริมการขายเมื่อมีร้านค้าขนาดใหญ่ ที่จริงเจ้าของร้านสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมด้านการส่งเสริมการขายได้ แต่ต้องระมัดระวังเช่นกันไม่สามารถของการส่งเสริมการขายให้ชัดเจนว่าต้องการอะไรตอบแทน และต้องระมัดระวังไม่มากที่สุดก็คือจะต้องใช้เงินประมาณที่น้อยที่สุด เจ้าของร้านสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ด้วยวิธีการอาศัยชีวิตความสามารถที่มีอยู่ของแต่ละร้านที่พึงจะคิดกันขึ้นมาได้ และพิจารณาเป็นการสร้างความแตกต่างจากกิจกรรมส่งเสริมการขายของร้านค้าขนาดใหญ่ และร้านที่มีเครือข่ายในประเทศไทยหรือแฟรนไชส์ได้

การส่งเสริมการขายอาจจะมาจากสาเหตุที่ยอดขายตก แต่ก็ต้องพิจารณานี้ได้ว่ายอดขายที่ตกนั้นมาจากการตกช่วงครัว เช่น เป็นช่วงปีตีเขิน ปัญหาภัยธรรมชาติ แต่สิ่งที่ต้องคำนึงต้องนี้เป็นพื้นฐานของสร้างของประเทศไทยเปลี่ยนไป หรือความพากเพียรในการให้บริการขายลดลง ลูกค้ามีทางเลือกอื่นที่จะซื้อมาขึ้น ถ้าเป็นเรื่องนั้นทางออกที่สำคัญก็คือการส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารในม หรือหน่วยงานการสินค้าที่นำเสนอรายการในร้าน และสาเหตุของกิจกรรมส่งเสริมการขายในม ทำให้มีสินค้าค้างในสต็อกมาก เมื่อเวลาผ่านไปสินค้าดังกล่าวอาจเสื่อมสภาพได้ และขายไม่ออกก็จะกลายเป็นหุ้นส่วนของร้านไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดระบบการส่งเสริมการขายขึ้น เพื่อหาแนวทางร่วมกันสินค้าที่กำลังอยู่ และเป็นทางออกของกิจกรรมการขายดุรุ

อย่างไรก็ตามการจัดการส่งเสริมการขายของร้านค้าปลีกรายเล็กที่เป็นคุณาเดียว นั้น ต้องคำนึงถึงเป้าหมายที่ชัดเจน ชีวิตความสามารถของร้านที่มีอยู่ โดยให้เงินน้อยที่สุด

อาจจะทำอย่างสม่ำเสมอหรือจัดเป็นครั้งคราว โดยพยายามแต่งแต้มสีสันของร้านให้น่าสนใจ และเพิ่งจะเลิกเสมอว่า “บางที่เสนอห้ามขายไม่จำเป็นต้องใช้ราคานี้ดึงเสนอไป” (เชวน่าวาย ภาคพิศดาฯ, 2539 หน้า 31 - 35)

### ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว

ในการประกอบกิจการค้าปลีก มีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว ในด้านการบริหารจัดการ ดังนี้

ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย คุณสมบัติของเจ้าของกิจการ ทำเลที่ตั้ง การจัดหมวดสินค้า การจัดการเรื่องบุคคล การจัดการด้านการขาย การจัดซื้อ ความสามารถในการตัดสินใจ ฐานะการเงิน (ใจจัน วิภาสวัชร์ยิธิน, 2536, 117 – 121)

ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี การแข่งขัน และกฎหมาย/การเมือง (สมจิตรา สุวนจาร์เดญ, 2540)

ในประเทศไทยที่ฝ่ามายังไม่สามารถสร้างประเทศ สาเหตุของความผิดพลาดของ การประกอบธุรกิจขนาดเล็กให้อยู่ในชั้นจึงมีการลงมือ ฯ ที่ไม่ได้มาจากความคิดเห็นทางการเงินของประเทศไทยก็คือ IMF ถ้าการแยกของเศรษฐกิจฟ้องฟุ้ง แม้ในต่างประเทศ Dun & Bradstreet ได้ทำการสำรวจกว่า 6,600 องค์กรที่ประกอบความล้มเหลว ในสหราชอาณาจักร แล้วได้มีข้อสรุปว่า (ศิรุษ มาดะศิริวนันท์, 2544)

สาเหตุของความล้มเหลวเกิดจาก	เปอร์เซ็นต์
1. ไม่มีศักยภาพและขาดความสามารถพอเพียง	46.9
2. ประสบการณ์ที่ไม่สอดคล้องกัน	18.1
3. ขาดประสบการณ์ทางการบริหาร	15.3
4. ขาดประสบการณ์ทางธุรกิจ	11.9
5. กัยพิบิต้อนฯ	0.6
6. ถูกโกรธ – ถูกข้อหา	0.5
7. ไม่ทราบเหตุผลที่ขาดเงิน	6.7

### ผลกระทบต่อผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็ก

จากการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีก ขนาดใหญ่ในประเทศไทยที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็กของบริษัท ซี เอ ອินเตอร์เนชัน

แผน อินฟอร์เมชัน จำกัด ได้สรุปผลกระบวนการเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชัน แผน อินฟอร์เมชัน จำกัด, 2542)

1. ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกับผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ด้านนาชาติ ที่มีสายามาก ได้แก่ กลุ่มค้าปลีกประเภทศิลามาร์เก็ต และชูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งยังคงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายเป็นระดับชนชั้นกลางลงมา โดยแบ่งกลุ่มที่ถูกผลกระทบได้ 3 กลุ่ม โดยเรียงลำดับ ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุด คือ ชูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีผู้บริหารส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจค้าปลีก มีการพยายามปรับตัวเองค่อนข้างมากทั้งในรูปแบบของการลดต้นทุนโดยการลดขนาดธุรกิจลง การลดการจ้างงาน การประนัยตัวสำหรับตัวเอง ด้วยการพยายามนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ในกระบวนการบริหารงาน เช่น การใช้ระบบบาร์โค้ด การใช้โทรศัพท์มือถือและสินค้าและห้อง ปลดภัยภายในร้านค้าและการใช้อิเล็กทรอนิกส์ทางการตลาดต่างๆ แต่เมื่อเวลาเศรษฐกิจตกต่ำ กำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงประกอบด้วยภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้การกำไรดูน้อยลง ของชูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กไม่สามารถคงความล้ำเริ่ม และส่งผลให้เกิด การขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนเป็นอย่างมาก จนทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถอยู่รอดได้ ดังนั้นจึงควรมีการเร่งให้ความช่วยเหลือในด้านของเงินทุนหมุนเวียนเป็นอันดับแรก

1.2 ผู้ประกอบการค้าปลีกที่ได้ผลกระทบทางลบมากเป็นอันดับสอง คือ ร้านค้าใช้วิธี ร้านค้าใช้วิธีในช่วงปี 2540 – 41 และ 2541 – 42 ยอดขายส่วนใหญ่ลดลงมากถึง 41 – 60% สำนักงานแห่งนี้เกิดจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำและสถานะทางการเมืองไม่สงบ ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้สินค้าของร้านค้าที่มีชื่อเสียงในด้านของการที่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ด้วยของขายสินค้าเองจึงสามารถให้บริการอย่างเป็นกันเองกับลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ดีระหว่างร้านค้ากับลูกค้าได้ง่าย มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ลูกค้าและให้เงินลงทุนน้อย ร้านค้าใช้วิธีจึงปรับตัวเองให้ง่ายเพื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือเกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

ร้านค้าใช้วิธีส่วนใหญ่มีการดำเนินงานในลักษณะของธุรกิจครอบครัวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการหาความรู้เรื่องธุรกิจ ความรู้ในการบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และความรู้เกี่ยวกับกฎหมายเบ็ดเตล็ดต่างๆ จึงไม่ค่อยมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อแข่งขันเชิงธุรกิจเท่าไหร่นัก ดังนั้นแนวทางการช่วยเหลือร้านค้าใช้วิธีที่ควรทำเป็นอันดับแรก กือ การให้ความรู้กับผู้ประกอบการร้านค้าใช้วิธี

1.3 ผู้ประกอบการค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบทางลบอย่างที่สุด คือ ร้านค้า ค่อนวีเนี่ยนสโตร์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของค่อนวีเนี่ยนสโตร์ค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มดิสเคนน์ สโตร์และชูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าค่อนวีเนี่ยนสโตร์มีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชน เม้นการให้ความสะดวกสบายกับลูกค้า และเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ร้านค้า ค่อนวีเนี่ยนสโตร์มีปัจจัยที่สำคัญคือ ต้นทุนในการดำเนินงานสูง เมื่อจากต้องมีการแบ่งส่วน รายได้ให้กับแฟชั่นไสส์เซอร์สูง และร้านค้าค่อนวีเนี่ยนสโตร์นลายรายมีแนวโน้มเลิกกิจการ เมื่อหมดอายุสัญญาการให้สิทธิ์ประกอบการ

## 2. ผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีความพอดีในการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการค้าปลีก ขนาดใหญ่ เมื่อจากมีสินค้าที่จำหน่ายหลากหลายทำให้สามารถซื้อสินค้าได้ครบในร้านเดียว เพียงแห่งเดียว มีสถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถสะดวกสบาย จึงทำให้เกิดความสะดวกในการ ซื้อสินค้า และราคาสินค้าค่อนข้างถูก แต่ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเกรงว่าในระยะยาวความต้องของ ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ จะส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของไทยไม่สามารถแข่งขัน ได้และต้องปิดกิจการลง และในอนาคตหากเหลือเฉพาะผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่เพียงไม่กี่ราย ผู้ค้าปลีกเหล่านี้อาจร่วมมือในการกำหนดราคาสินค้าที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภคได้

## การแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกของภาครัฐ

กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจ ค้าปลีกในทุกประเภทและจากผลกระทบจากการประกอบการของธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ในประเทศไทยดิสเคนน์ สโตร์ที่มีการขยายสาขาและขยายสินค้าในภาคตาก สำผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็น อย่างมาก ทำให้รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ นายณัฐิน จิตชัย จึงได้รับโปรดเกล้า มีอวัยที่ 6 มีนาคม 2545 นี้ได้เข้ารับตำแหน่งแล้วซึ่งได้ดำเนินการทันที พยายศูนย์ผลการ ดำเนินงานในช่วง 4 เดือน ต่อไป (สืบต่อในภาคต่อไป, 2545, 92)

เดือนมีนาคม รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เข้าไปสัมภาษณ์กับผู้นำของร้าน จริงจัง โดยในวันที่ 28 มีนาคม 2545 ได้เริ่มตัวแทนผู้ค้าปลีกรายย่อย ตลอดจนชั้นปัพลัยเรียน และตัวแทนจากดิสเคนน์ให้ร่วมหารือ และยืนยันว่าหากพบข้อมูลว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะตัวแทนที่ได้มีการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ค้าปลีกรายย่อยฯ ที่จะนำกฎหมายที่มี อยู่ เช่น พ.ร.บ. แห่งทั้งทางการค้ามาใช้ และเริ่มขยายแนวคิดเบื้องต้นว่ารัฐจะต้องเข้ามาร ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายเล็กด้วยการตั้งกองกรรชั่นมาดำเนินการที่จุดขายสินค้า เพื่อให้ต้นทุนของ ร้านค้าลดลงมากยิ่งระดับเดียวกันกับดิสเคนน์สโตร์

เดือนมิถุนายน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าชั้น 1 ชุด คณะกรรมการทำางนหุศน์ได้มีหนังสือไปยังผู้บริหารดิสเคนส์โดยให้ข้อแจงเรื่องต้นทุนของสินค้าที่จำหน่าย และให้วางกรอบการดำเนินงานในการแก้ปัญหาค้าปลีกไว้ 4 ประการ คือ

1. ให้ พ.ร.บ. แข่งขันทางการค้า และ พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ มาบังคับใช้กับดิสเคนส์โดย

2. จับมือกับข้อப்பலயோர் 9 ราย จัดตั้งศูนย์กลางซื้อสินค้าในราคานี้ไว้กับ Aสเคนส์โดย เพื่อกระจายให้กับผู้ค้าปลีกหลายอย่าง

3. การพิจารณาโครงสร้างต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีก

4. การออกกฎหมายควบคุมธุรกิจค้าปลีกไทย

เดือนพฤษภาคม เนื่องมีความเคลื่อนไหวจากผู้ประกอบการโดยในวันที่ 10 พฤษภาคม เทอร์ สีนีซี ประธานกรรมการบริหาร เทสโน พีแอลซี ประเทศไทย องค์กร ได้เดินทางมา กับ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ให้ยืนยันการลงทุนของเทสโนในประเทศไทย และ ในวันที่ 29 พฤษภาคม ปีสากล บิลลีย์ กรรมการผู้จัดการค้าปลีก ประเทศไทย ได้มาร่วมกับ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์แสดงความพร้อมให้ความร่วมมือกับภาครัฐ และร่วมป้าย ให้ยืนยันการประชุมคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า รัฐบาลฯ ยังคงดำเนินการตามที่ได้ระบุไว้ในสัญญาของคณะกรรมการพบร่าง ดิสเคนส์โดย 4 แห่ง มีพิธีลงนามการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทั้ง 8 ประเทศ จึงมีต้องเริ่มการต่อสู้ โดยเรียกด้วยหน่วยของดิสเคนส์โดยทั้ง 4 แห่งมาพบในวันที่ 19 มิถุนายน 2545

เดือนมิถุนายน เนื่องจากเงินค่าติดการจัดตั้งองค์กรเข้ามาน้ำหน้าที่เนื่นหัวกลาง ซื้อสินค้าจากข้อப்பலயோர் ย่างจิงจังผ่านต่อต่าง ๆ ขณะเดียวกันการรื้อถอนเกี่ยวกับ การค้าที่ไม่เป็นธรรมก็เริ่มต้นขึ้นในวันที่ 19 มิถุนายน 2545 โดยมีผู้บริหารของยักษ์ใหญ่ และ โกลด์ เข้าร่วมแข่งขัน 2 รายแรก สำนักงานค้าปลีกและบิลลีย์ คาดให้ข้อมูลในวันที่ 1 กรกฎาคม หลังจากนั้นเป็นตัวของข้อப்பலயோர் ผลจากความก่อตั้งดิสเคนส์โดยที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้มีความเคลื่อนไหวในระดับสูง โดยที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ของสถานทูตองค์กร แหลก อรุณรัตน์ ของรัฐบาลได้มายอทุกภัยรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์เพื่อรับทราบทำที่ ที่จะดำเนินการกับดิสเคนส์โดยทั้ง 4 แห่ง และในวันที่ 25 มิถุนายน 2545 คณะรัฐมนตรี ก็เห็นชอบกับแนวคิดดังกล่าว โดยอนุมัติให้จัดตั้งบริษัทรวมค้าปลีกเชิงแม่น (Allied Retail Trade : ART) ทุนจดทะเบียน 395 ล้านบาท มีบอร์ดเจนทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมถือหุ้น 49% และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อมถือหุ้น 51% ท้าหน้าที่รับความค่าสั่งซื้อส่งให้ ข้อப்பலயோர் และจะใช้ภาษาไทยในรูปแบบแฟรนไชส์ในชื่อ AR THAI ตั้งเป้ารับสมาร์ท 1 แสน รายใน 5 ปี โดยจะเริ่มเปิดรับสมาร์ทในเดือนสิงหาคม 2545

## ดิสเคน์สໂຕຣ ມິຕຣහີອສຕຽງ

จากผลการศึกษาของ "ແອມພາກ່າ ທຶນ" ບະນິຫຼວດວັດທະນາໄມເຂດນາ ທີ່ໄດ້ກໍາກຳກົດເລືອນຂອງເຈົ້າຂອງຮ້ານຄ້າເປົ້າທີ່ມີຜົດດີສເຄານ්සໂຕຣ ຈາກການສໍາງຊາຍ  
ຂ່າຍເດືອນມັງກອນ - ພຸດທະນາຄມ 2545 ໃນເບີຕກູງເທິງ ຕົວຢ່າງ 60 ຮ້ານຄ້າ ມີຜົດດີສເຄານ්සໂຕຣ ຖື່ນທີ່ມີຄົນຄ່າຈາກດີສເຄານ්සໂຕຣ ຖື່ນທີ່ມີຄົນຄ່າຈາກໂລດັບ ບົກ໌ ພົມຄໂຄ ສ່ວນຄາງພູມຮ້ານຄ້າເຄີຍໄປເຊື້ອເພີ້ງ 50% ສໍາໜັບຮ້ານທີ່ໄປເຊື້ອນຍ່ອທີ່ສຸດໄດ້ແກ່ ພົມຄໂຄ 50% ໂລດັບ 32% ບົກ໌ 10% ແລະຄາງພູມ 8% ສ່ວນແຫຼຸດທີ່ຮ້ານໃຫວ່າຍໄປຮັບສິນຄ້າມາຍ່າຍ ເປີຍເຫັນຮ້ານຄ້າເພື່ອປະປະເກດ ພບວ່າໄປຮັບສິນຄ້າຈາກຮ້ານຄ້າສັງດັບເດີນຮ້ອຍປົ້າ ຄົນຮົກການ ສົງຄົງທີ່ (44.7%) ຮູ່ຈາກພົມຄໂຄພະວະສິນຄ້າກາງຄູກ (63.8%) ຮູ່ຈາກໂລດັບເພວະໄກສໍານ້ານ (31.1%) ຮູ່ຈາກຄາງພູມເພວະສິນຄ້າກາງຄູກ (47.1%) ຮູ່ຈາກບົກ໌ເພວະສິນຄ້າກາງຄູກ (38%)

ຕ້ານຊຸດເຕັ້ນ 3 ຂັ້ນຕັບແກ່ກາງຂອງແຕ່ຮ້ານຄ້າໄດ້ແກ່ ໂລດັບ ອົດຄວາມສະດວກ (35%) ສິນຄ້າກາງຄູກ (33%) ສິນຄ້ານຄາກ່າຍຄຽບ (27%)

ພົມຄໂຄ ສິນຄ້າກາງຄູກ (73%) ສິນຄ້ານຄາກ່າຍຄຽບ (30%) ຂາຍເຕີນຄ້າແບບ  
ຂາຍສົງ (22%)

ບົກ໌ ສິນຄ້ານຄາກ່າຍຄຽບ (40%) ສິນຄ້າກາງຄູກ (35%) ຈັດເຮີຍສິນຄ້າເປັນ  
ໜາດໝູນ (10%) ພັນກົງການປົກກາງຄູກເງິນ (10%)

ຄາງພູມ ສິນຄ້າກາງຄູກ (40%) ທີ່ຈອດຄວາມສະດວກ (27%) ຜົ້ນທີ່ສະອາດ ກວ້າງຂວາງ  
(27%)

ປະເດັນໂທກ່າຍໄປເຊື້ອສິນຄ້າທີ່ໃຫມາຍ່າຍ ໄປເຂົ້າອ່ານຈາກພົມຄໂຄ (78.3%) ຈາກຍື່ນ  
ຮ້ອງໃຫຍ່ປົ້ມສົງ (78.3%) ໄປເຊື້ອເອງຈາກໂລດັບ (75%) ພັນກົງການນາຍ ນ້ຳໜ່າຍຮານອັງເຈົ້າຂອງ  
ສິນຄ້າມາສົງໄຟ (56.7%) ໄປເຊື້ອເອງຈາກບົກ໌ (48.3%) ໄປເຊື້ອເອງຈາກຄາງພູມ (28.3%) ຮູ່ຈາກ  
ທລາດສົດ (8.3%)

ປະເດັນທີ່ຮ້ານຄ້າທີ່ເປັນງົງແນ່ງຂອງໃຫວ່າຍ່າຍໂດຍຫວັງ ຄົນ ເງເກົ່າ ອື່ເລີ່ມເກົ່າ (64%) ໂລດັບ,  
ຄາງພູມ ບົກ໌ (25%) ຮ້ານຄ້າເປົ້າແບບດັບເດີນຕ້າຍກັນ (12%) ທ້າງສຽງສິນຄ້າ (8%) ຈີສໂຕຣ  
ໃນສັກນິບົກການນຳມັນ (3%) ຍື້ປັກກັບພົມຄໂຄ (2%) ຮ້ານລັກຍະນະອື່ນໆ (3%)

ໃນແນ່ງຂອງຜົດກະທົບໃຫວ່າຍ 40% ນອກຈາກໄມ່ຖຸກຜົດກະທົບ 60% ນອກຈາກໄມ່ຜົດກະທົບ  
ທີ່ນີ້ນີ້ 60% ທີ່ວ່າມີຜົດກະທົບເປັນກາກະທົບຈາກສູກຄ້າໄປມາເຊື້ອສິນຄ້າ 42% ຮາຍໄດ້ຍອດຂ່າຍຂອງ  
ຮ້ານຄົດ 28% ໂດຍແຍ່ງສູກຄ້າ 22% ມີຜົດກະທົບຈາກການຕັ້ງການຂາຍ 14% ມີຜົດກະທົບຈາກ

ไปรับใช้ของติสเคาน์เตอร์ 11% สำหรับติสเคาน์เตอร์ที่ให้งานห่วงโซ่สึกว่าส่งผลกระทบมากที่สุด คือโลตัส 55% บีกซี 18% คาร์ฟูร์ 7% แม็คโคร 6% และไม่ตอบ 13%

จากมุมมองของผู้บริโภคต่อติสเคาน์เตอร์จำนวน 100 คน ผลการสำรวจ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกยไปชี้สินค้าที่โลตัสและแม็คโครทุกคน บีกซี 99% คาร์ฟูร์ 51%

ด้านความถี่เมื่อถามว่าไปซื้อร้านไหนบ่อยที่สุดพบ (ติสเคาน์เตอร์, 2545, หน้า 22) แม็คโคร 50% โลตัส 26% บีกซี 20% คาร์ฟูร์ 4% สำหรับปัจจัยในการเลือกใช้บริการชูเปอร์สโตร์ ได้แก่ ปัจจัยสำคัญสุดคือสินค้าราคาถูก 80% ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน 50% เดินทางสะดวก 43% มีสินค้าให้เลือกหลากหลายครบ 41%

ด้านอุดหนุนของติสเคาน์เตอร์ในความรู้สึกของผู้บริโภค พบว่า

โลตัส อุดหนุนมาก คือการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่เท่ากับบริษัทภายนอกในร้าน ก้าว สะดวก เป็นอย่าง 23% ราคาสินค้าถูก 21%

แม็คโคร อุดหนุน ราคาสินค้าถูก 58% สินค้ามีให้เลือกครบ 25% ซื้อยกแพ็ค บรรจุ เป็นกล่อง 24%

บีกซี อุดหนุน มีสินค้าให้เลือกหลากหลายครบ 32% ราคาถูก 27% จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ 15%

คาร์ฟูร์ อุดหนุน พนักงานบริการดี ถูกภาพ 30% สินค้าจัดเป็นหมวดหมู่ 24% ภายในร้านกว้าง สะดวก เป็นอย่าง 22%

#### แนวทางขอค่าเช่าห้องพัก

จากการสำรวจ "เจาะใจผู้บริโภค และสถานการณ์ห้าปลีกไทย" โดยสมาคมผู้ค้าปลีกไทยและบริษัท เอช นิลเด็น (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับองค์กรธุรกิจ พธก นักวิจัยและนักวิเคราะห์จากบริษัท เอช นิลเด็น (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดเผยถึงผลการวิจัย พฤติกรรมผู้บริโภคไทยผ่านช่องทางดัชนีชี้ว่าปะเกทต์ต่าง ๆ พนักงานลูกค้ารายย่อยยังคงมีโอกาส ขาด และสามารถยืนหยัดได้ทำมาหากินจะต้องอาศัยความสามารถด้านการบริการด้วยความประทับใจ ให้เฉพาะ พฤติกรรมผู้บริโภคไทยส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าในติสเคาน์เตอร์ช่วงวันหยุด เช่น - อาทิตย์ ระหว่างเวลา 14.30 - 19.30 น. ดังนั้น โอกาสการขายของร้านค้าย่อยจะอยู่ในช่วงวันธรรมดาง่มาก ทำให้แม่ค้าและสินค้าจำเป็น เนื่องจากความต้องการซื้อในช่วงเวลาเดียวกันที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางและเดือดชื่อนาน ลดความต้องการซื้อสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าคือความสะดวก คุณภาพสินค้า ราคา และการจัดร้าน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามร้านค้าย่อยต้องเลือกจับกลุ่ม

เป้าหมายเฉพาะ หากจับสูกค้าทุกกลุ่มจะไม่สามารถแข่งขันกับค้าปลีกรายใหญ่ได้ การมีศินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งขันตรงกับความต้องการของสูกค้าเป้าหมายจะทำให้การคัดสินใจขาดเริ่วขึ้น (แนวทางชุด, 2545, หน้า 18)

## ພຖົດກຣມຜູ້ນອີກຄົນເມືອງ ນິຍົມໂມເຕັກນທຣາ

นายชาคริท ดีเกวัฒน์ชัย ผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัทเทอร์โนลีส์ เอ็น โซเฟรส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้กล่าวถึงผลการวิจัยของพฤติกรรมการตัดสินใจจับจ่ายของผู้บริโภคตามเขตหัวเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศไทยเมื่อปี 2544 พบว่า ร้านค้าที่ผู้บริโภคต้องการจะเข้าไปปั้นน จะต้องเป็นมากกว่าสถานที่ปั้นจ่ายสินค้า ร้านค้านั้นต้องมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีร้านอาหาร อัญมณีที่ดีของหนังงาน นอกจากนั้นยังพบว่าผู้บริโภคที่จับจ่ายสินค้าครั้งละมาก ๆ จะมีความตื่นในการจับจ่ายสินค้า้อย จะนิยมเข้าไปปั้นจ่ายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งผู้บริโภคส่วนนี้จะมีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า มีการเบรย์บเที่ยบราค และคุณภาพของ แบบนั้น ตลาดในประเทศ สำนักงานใหญ่บริโภคที่มีพฤติกรรมซื้อลินค้าเป็นรายน้อย จะมีความตื่นในการจับจ่ายมากกว่า ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า เป็นการซื้ออย่างเร่งรีบ จะนิยมเข้า คูนิเวเนียนสโตร์ ผู้บริโภคส่วนนี้จะไม่สนใจราค และสนใจร้านที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการ หรือเปล่า (พฤติกรรมผู้บริโภคในเมือง, 2545, หน้า 22)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไฟคด วัวลงชัย (2539) ศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมในเขตเทศบาลเมืองแคดดูราภิบาลของอำเภอรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย โดยการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม จำนวน 217 ราย ผลการวิจัยพบว่าลักษณะของร้านค้าเดิมที่การสร้างให้เป็นร้านเด็ก ๆ คุ้น และร้านไม่น่าองเดียว มีน้ำเดียว เจ้าของร้านเป็นผู้ดำเนินกิจการด้วยตนเองอย่างเดียว เป็นผู้จัดตั้งร้านด้วยตนเองและมีแนวโน้มที่จะดำเนินกิจการต่อไปหน่องเดิม เหตุการณ์เป็นอาชีพหลักที่ทำมานาน มีรายได้สามารถเลี้ยงครอบครัวได้ เป็นงานที่สอดคล้องสายพะรุงทำอยู่กับบ้าน สามารถดำเนินกิจการไปได้เรื่อย ๆ ยอดขายในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมาค่อนข้างเสื่อมอดีต ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ และมีวิธีการพัฒนาร้านด้วยการแสวงหาวิธีการด้วยตนเอง โดยดูจากร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า แหล่งเงินของร้านส่วนใหญ่ร้อยละ 94.5 ไม่เคยเข้ารับการอบรม ถ้ามีการจัดอบรมให้เจ้าของร้านสนใจอยู่พอว่าไม่เข้า เพราะไม่มีเวลา

จากสภาพการดำเนินงานในด้านการจัดซื้อสินค้า เจ้าของร้านส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเข้าร้านด้วยตนเองจากร้านขายส่ง และจากพนักงานขายของบริษัทที่เสนอขายที่ร้าน ด้านการ

## ສຳພັດວິທະຍບໍລິການຄາມຕະຫຼາມຈຳກົງພິບປອດເສດຖະກິນ

จัดวางสินค้าและตกแต่งร้าน เจ้าของร้านใช้วิธีการจัดวางสินค้าและตกแต่งร้านด้วย ตนเองให้แลดูเป็นระเบียบ ด้านการกำหนดราคาสินค้า จะกำหนดราคาสินค้าเท่ากับราคา สินค้าที่นำไปใช้ร่วมกับสินค้าอื่นๆ สำหรับเจ้าของร้าน เป็นผู้ขายด้วยตนเอง

สำหรับปัจจุบันในการจัดการส่วนใหญ่เกิดจากสถานที่ค้าปลีก ขาดความรู้ในการจัดร้าน สินค้าที่ขายมีราคาสูงและการแบ่งห้องร้านที่มีลักษณะเดียวกัน ร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่าและการตั้งราคาสินค้าของร้านค้าขนาดใหญ่

วิสาหกรรม สุบิน, ศลิครัตน์ เทชะมณีสกิติย์, มนต์รี ชัยเมธี, ประสาทิช จิระเดชประไพ  
และณรงค์ ชัยประสาทิช (2541) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการ  
ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่งขนาดใหญ่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก  
ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากธุรกิจค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่  
เพื่อตรวจสอบที่จอดรถ ความสะอาดกับสวยงามในการเดินทางไปใช้บริการ และความหลากหลายของ  
สินค้าที่จำหน่าย ตามลำดับ

ชาตยา จังสุวีดี (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกรอบต่อพฤติกรรมการรื้อถอนผู้บุกรุกโดยเน้นพฤติกรรมของผู้บุกรุกในการตอบสนองต่อการฟ้องร้องความกฎหมายและแบบอย่างผู้บุกรุกในธุรกิจค้าปลีก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการคุ้มครองป้อง 180 ราย โดยแบ่งตัวอย่างในสัดส่วนเท่า ๆ กัน ในแต่ละชุมชนหรือโซน คือ เชียงใหม่เอนซิตรี ชีเชียงเปอร์ สโตร์ และทีชูเปอร์สโตร์ ทีเก๊ะเปอร์สโตร์ ทีเจ๊ะเปอร์สโตร์ และเอ็มเชียงเปอร์สโตร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี การศึกษา  
ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ระหว่าง 3,001 – 6,000 บาท ต่อเดือน  
ใช้ร้านอาหารรีไซเคิลร้านเดียวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง เป็นครัวบ้านขนาดกลาง 3 – 5  
คน อาศัยบ้านเดี่ยวและบ้านสองตันเอง และใช้บัตรเครดิตค่อนข้างน้อย

ผู้บริโภคเลือกใช้บริการที่ซื้อขายเบอร์โทรศัพท์มือถือที่สุด รองลงมาคือ แอลทีวีเบอร์ สโตร์ กีเกอร์บอร์ดสโตร์ และทีเอชเบอร์สโตร์ เอชบีบอร์ดสโตร์ และเอ็มเอชเบอร์ดสโตร์ ตามลำดับ แต่ความถี่ในการใช้บริการที่เอ็มเอชเบอร์ดสโตร์จะสูงที่สุด จำนวนการเข้าใช้บริการจะมีมากที่สุด ในช่วงป้ายของวันหยุด และในช่วงของการซื้อเสื้อผ้าชายจะมีมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าการซื้อเสื้อผ้าชายมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคเลือกใช้บริการที่วีเบอร์สโตร์ เพื่อความลับตามสภาพอากาศ มีความสะดวกในการเดินทาง และอยู่ใกล้ที่พักอาศัย คำใช้จ่ายอย่างครั้งประมาณ 301 – 700 บาท วิธีการซื้อเสื้อผ้าชายที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากที่สุดคือ การลดราคาจากภาคป้าย รองลงมาคือการแจกของรางวัลเป็นเงินสด อันดับที่สามคือ

การแผนโดยผู้บริหารชื่อ 1 แผน 1 ส่วนการแกลน์นอยู่ในอันดับสุดท้าย โดยการซื้อของครบ มูลค่าแล้วสามารถแยกของชำร่วยได้

กิตติพงศ์ แสงพิทย์กัญญา, ณัฐวุฒิ จิตวัฒนากร, สุรพงษ์ ตันมิจานนท์, ยังคณา บัววงศ์ และอุษณีย์ ประดิษฐ์แสงรังษี (2544) ได้ศึกษาผลกระทบจากศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 3 แห่งต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคทั้งก่อนและหลังการมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่ อีกทั้งยังศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อร้านค้าปลีกพบว่าก่อนที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่จะ เข้ามาดำเนินการนั้น ผู้บริโภคนิยมใช้บริการร้านขายของชำใกล้บ้านมากที่สุด เนื่องจากมีความ สะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ภาชนะหินด้า ระหว่างทางและความสะดวกในการเดินทาง แต่หลังจากที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่เข้ามามาดำเนินกิจการแล้ว พบร้าผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมไปใช้หินด้าตามศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เมื่อจากมีความหลากหลายของหินด้า มีสถานที่จอดรถและมีบริการหินด้าพอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภค

ณัฐพน์ คันธาราภิจ, วิรากรณ์ ภักดิราษฎ์ และ จิตติ ถุนไกรน (2545) ศึกษา ปัญหาอุปสรรคการดำเนินกิจการของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนคร พิษณุโลก จำนวน 120 ราย และผู้บริโภค จำนวน 320 คน ร้านค้าที่เข้ามาศึกษาอยู่เป็น 40 ทุ่มตามที่เทศบาลนครพิษณุโลกได้จัดตั้งไว้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ให้แก่ ค่าวิธีค่า ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความ แบ่งปานกลางทางเดียว

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ทำการค้ามาในระดับปัจจุบันศึกษา มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการตั้งกว่า 5 ปี สัดส่วนของ ร้านเป็นตึก 1 ชั้น โดยมีเจ้าของร้านทำเองทั้งสิ้น ในระยะ 1 – 2 ปีที่ผ่านมามีผลการดำเนิน งานสมดุลและมีแนวโน้มที่จะทำกำไรอย่างเป็นมืออาชีพ แหล่งในการซื้อสินค้า ส่วนใหญ่ซื้อจาก ร้านค้าปลีก – ส่ง ขนาดใหญ่ เช่น แม็คโคร โลตัส บีซีซี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนิน กิจการและปัญหาอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมภาพรวมและด้านการบริหารจัดการ ภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของผู้ประกอบการที่มีเพศและอายุต่างกันพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบในด้านระดับการศึกษาและ

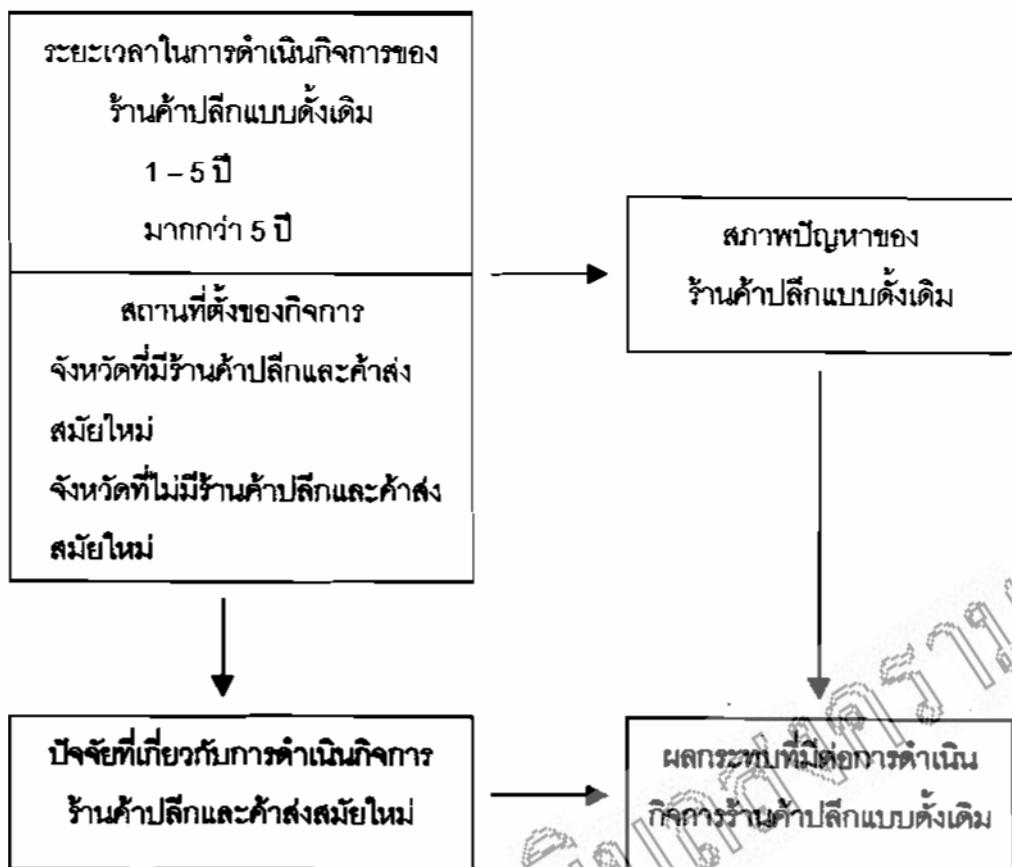
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมว่าอยู่ในสภาพที่ต่ำต่ำ จากการได้รับผลกระทบจากคู่แข่งที่เป็นชูบอร์ดหรือ เซ็น โลตัส บิ๊กซี แต่มองว่าในอนาคตธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถอยู่รอดได้ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านการบริหารจัดการภายใน อยู่ในระดับปานกลาง และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการที่มีเพศและอาชีพต่างกันพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่แตกต่างกัน เพื่อเมื่อเปรียบเทียบในด้านอายุและระดับการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ด้านการบริหารจัดการภายในและด้านสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริโภคความคิดเห็นที่แตกต่างกันทั้งในด้านการสร้างชื่อเสียงให้กับร้าน ด้านสภาพแวดล้อมที่ต่ำต่ำ และผลกระทบจากการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทยที่ศึกษา ประกอบกับแนวความคิดของผู้วิจัย ทำให้สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ รุ่นผู้วิจัยสามารถนำเสนอเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาคที่ 1 การออกแบบในภาคอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิษณุโลก  
Pibulsongkram Rajabhat University

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ” เป็นงานวิจัยที่ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งจำแนกภายหลังวิธีวิจัยแต่ละวิธีได้ดังนี้

#### วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพแบบเจาะจงออกเป็น 2

ลักษณะ ได้แก่

1.1 จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ในเขตภาคเหนือได้แก่ จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดเชียงใหม่

1.2 จังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ในเขตภาคเหนือจำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดแพร่และจังหวัดกำแพงเพชร

2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 3 ลักษณะ ได้แก่

2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ ตำราวิชาการ หนังสือพิมพ์ รายสัปดาห์/รายวัน นิตยสาร ผลิตภัณฑ์ความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจค้าปลีก และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิด ตลอดจนวิธีการศึกษาวิเคราะห์และอภิปรายผล

2.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการค้าปลีกทั้งที่เป็นบุคคลในหน่วยงานราชการและเอกชนที่อนุญาตให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 9 คน ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดแพร่ ประธานคณะกรรมการค้าจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดแพร่ และผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขาพิษณุโลก

## ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในเรื่องคุณภาพ ผู้วิจัยใช้เวลา 3 เดือน คือ ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2545 – มกราคม 2546 โดยแยกออกเป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้เดินทางไปติดต่อตัวยတนเองโดยมีหนังสือแนะนำตัวจากสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม พร้อมแน่ใจว่ามีความที่ใช้ในการสัมภาษณ์

## การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตัวของผู้วิจัยเอง และใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะพูดคุยความคิดเห็น แนวคิดที่ทำให้เกิดข้อสงสัย แล้วเลือกนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาเท่านั้น

## ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการศึกษาเชิงคุณภาพแล้ว และเพื่อให้ได้ค่าตัวอย่างสมบูรณ์ สามารถอธิบายวัดถูกประสงค์ของการวิจัยนี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รวมทั้งจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษามาอย่างแล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และตรงตามประเด็นที่ศึกษา

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้นนี้ประกอบด้วยผู้ประชุมการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครหรือเทศบาลเมืองโดยมีทั้งของร้านอยู่ในบริเวณถนนหลักและถนน枝道ของจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งอยู่ในในเขตภาคเหนือ จำนวน 750 ราย

#### กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการคัดเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) ซึ่งกำหนดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรจำนวน 226 ราย โดยมีรายละเอียดด้านหนอนการคุณตัวอย่าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกจังหวัดตัวอย่างในเขตภาคเหนือจำนวน 4 จังหวัดจากจำนวนทั้งสิ้น 17 จังหวัด ด้วยวิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดให้จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลกและ

จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ตั้งอยู่ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดแพร่ เพื่อให้สอดคล้องกับระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้จังหวัดตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 4 จังหวัดแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้ตัวอย่างตามพื้นที่ (Area Sampling) โดยกำหนดพื้นที่ในเขตเทศบาลครบริorch เทศบาลเมืองในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 ในแต่ละจังหวัดได้มีการสำรวจจำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้วยวิธีการลงบ้านตามแผนที่ที่ได้จากการเทศบาล ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากผู้ศึกษาที่ได้ประสานผ่านอาจารย์ของสถาบันราชภัฏในจังหวัดที่ทำการศึกษา โดยแยกเป็นถนนหลักและถนนรองในเขตเทศบาล สำหรับจังหวัดแพร่ที่ไม่มีสถาบันราชภัฏผู้วิจัยได้ดำเนินการลงบ้านด้วยตนเอง หลังจากที่ได้จำนวนประชากรในแต่ละจังหวัดแล้วผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการเลือกคุณตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgement Random Sampling) จากจำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในแต่ละจังหวัด ได้จำนวนก่อสร้างตัวอย่างของแต่ละจังหวัดรวมจำนวน 226 ราย โดยพิจารณาจากขนาดของประชากรที่ศึกษาจำนวน 750 ราย และมีเกณฑ์ในการกำหนดให้มี ก่อสร้างตัวอย่างจำนวนร้อยละ 30 ของประชากรในแต่ละจังหวัดที่ศึกษา (นิตา ศรีไพบูลย์, 2527) โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ศึกษามีลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้และให้วิธีการกระจายให้ครอบคลุมตามพื้นที่ และเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละจังหวัดตามที่กำหนดไว้ หันนี้จะ สอบถามเชิงพาณิชย์ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมาเท่านั้น เนื่องจากได้แบบสอบถามมาแล้วผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำไปใช้ได้จำนวน 226 ชุด ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5. ประชากรและก่อสร้างตัวอย่างที่ศึกษา

จังหวัด	ประชากร	ก่อสร้างตัวอย่าง	ร้อยละ
พิษณุโลก	205	61	29.76
เชียงใหม่	260	80	30.76
กำแพงเพชร	180	54	30.00
แพร่	105	31	29.52
รวม	750	226	30.00

## 2. ตัวแปรที่ศึกษา

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและจังหวัดที่มีผลไม้มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยสามารถกำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

1 – 5 ปี

มากกว่า 5 ปี

สถานที่ตั้งของกิจการ

จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

จังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

### ตัวแปรตาม

สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อ 4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับผลกระทบที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยสามารถกำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่

### ตัวแปรตาม

ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประกอบกิจกรรมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 3 คำถamentiy กับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม

ตอนที่ 4 คำถamentiy กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและ  
ค่าสั่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม

ตอนที่ 5 คำถamentiy กับผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบ  
ตั้งเดิม

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างโดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการ  
สัมภาษณ์เจ้าล็อกสูมและบุคคลที่เกี่ยวข้องและจากเอกสารที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี บทความ  
ตกลงตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยตัดแปลงให้เหมาะสมกับงานวิจัยนี้ หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดทำ  
แบบสอบถามฉบับร่างแล้ว ขั้นต่อไปผู้วิจัยได้ทำการทดสอบส่วนหน้า (Pre-test) กับผู้ประกอบ  
การร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมในจังหวัดพิษณุโลกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ราย และนำผล  
ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในตอนที่ 3.4 และ 5 ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83, 0.80  
และ 0.79 ตามลำดับ ซึ่งถือว่ามีคุณภาพดีและมีความน่าเชื่อถือและมีข้อเสนอแนะในบางประเด็น  
ที่ผู้วิจัยได้มีการแก้ไขปรับปรุงตามเรียบเรียงแล้ว จึงได้จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ใน  
การเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการขอภาคสนามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยประสานกับอาจารย์  
สถาบันราชภัฏเชียงใหม่และทำแพทเพื่อขอความร่วมมือในการจัดนักศึกษาอย่างล้มเหลว  
กลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานด้วยตนเอง และสำหรับจังหวัดแพร่ซึ่งไม่มีสถาบัน  
ราชภัฏตั้งอยู่ ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากศิษย์เก่าของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ที่ลงนาม  
อยู่ในสำนักงานสหภาพแรงงานจังหวัดแพร่ เป็นผู้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการตามจำนวนตัวอย่างและ  
แนวค่าวามที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยได้มีการทำความเข้าใจถึงวิธีการและแบบการสอบถามกับ  
ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดกับทุกฝ่ายเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

#### 5. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 3  
เดือน คือ ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กุมภาพันธ์ 2546

#### 6. กลุ่มวิธีทางข้อมูล

หลังจากได้แบบสอบถามมาแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและ  
ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเอง จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการเข้ารหัส  
และประเมินผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จในการวิจัยทางสังคมศาสตร์

SPSS for Windows แล้วจึงนำผลที่ได้มาจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อขอรับความหมาย  
และแสดงผลข้อมูลที่ได้ทั้งหมด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับสภาพปัญญาของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม  
กำหนดให้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.51	-	5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.51	-	4.50 หมายถึง มีปัญหามาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.51	-	3.50 หมายถึง มีปัญหานปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.51	-	2.50 หมายถึง มีปัญหาน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00	-	1.50 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก  
การดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม กำหนดให้  
ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.51	-	5.00 หมายถึง มีผลกระทบมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.51	-	4.50 หมายถึง มีผลกระทบมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.51	-	3.50 หมายถึง มีผลกระทบปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.51	-	2.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00	-	1.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับผลกระทบที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม  
กำหนดให้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.51	-	5.00 หมายถึง มีผลกระทบมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.51	-	4.50 หมายถึง มีผลกระทบมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.51	-	3.50 หมายถึง มีผลกระทบปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.51	-	2.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00	-	1.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อยที่สุด

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดให้มี 2 แบบ ดังนี้

1. สถิติเดิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลจากแบบสอบถามโดยคำนวนหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean/  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation / S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในกรณีที่สมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระได้แก่ระยะเวลาในการดำเนินกิจการและจำนวนหัวที่ตั้งของกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมกับตัวแปรตามคือสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้แก่สภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน ใหม่กับตัวแปรตามคือผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม และสำหรับกิจการร้านค้าปลีกที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมมากที่สุด ให้กับการวิเคราะห์ผลโดยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis)

## การนำเสนอข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลทั้งหมดโดยใช้ตารางและแปลงผลข้อมูลจากตารางทั้งหมด โดยการนำเสนอเรียงลำดับตามประเด็นที่กำหนดไว้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ โดยผู้วิจัยได้กำหนดจังหวัดที่ศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มที่ 2 จังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดแพร่

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 วิธี ได้แก่ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ

#### ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง การสัมภาษณ์บุคคลผู้วิจัยได้เลือกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ ประธานหอการค้า หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าทั้ง 4 จังหวัด และผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขาพิษณุโลก

ผลการสัมภาษณ์บุคคล จำนวน 9 คน ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. นางสาวภาณุจนา ชินวิเศษวงศ์ หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดพิษณุโลก ให้แสดงความคิดเห็นว่าการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะร้านที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้แก่ราคัสินค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าราคัสินค้ายังคงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะแพงกว่าทั้ง ๆ ที่ความเป็นจริงสินค้าบางชนิดราคาอาจถูกกว่าหรือเท่ากันก็ได้ แต่ทั้งนี้เป็นเพียงความฝันใจที่มีอยู่ในตัวของแต่ละคน การมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก มีความหลากหลาย การบริการ การพูดจาที่ดีของพนักงาน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ คุณภาพของสินค้า สินค้าบางรายการมีคุณภาพ ทำให้ดูเก่า ดูไม่สะอาด ขาดความมั่นใจของผู้ซื้อ ลิ้งค่าบำรุงรักษางานสูงกว่าทั้ง ๆ เช่น ที่จอดรถ บรรยายกาศ ที่เย็บสนับายน สำหรับจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกสมัยใหม่คงไม่ถูกผลกระทบโดยตรง นอกจาก

ผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีฐานะดีอาจจะเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในจังหวัดข้างเดียว ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนหนึ่งจะนิยมซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ นอกจากผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าที่จำเป็นและขาดแคลนกระหันหัน และสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับจากผลกระทบคือ ยอดขายลดลง สำหรับผลกระทบที่ผู้ประกอบการได้รับอาจจะเป็นเรื่องของการขาดเงินทุนหมุนเวียน และขาดผู้รับซึ่งกิจกรรมต่อ สำหรับแนวทางการพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรจะมีมาตรการในการกำหนดราคาที่เท่ากัน โดยยึดที่ของลูกค้าเป็นหลักไม่ว่าจะว่างจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (กาญจนา ชินวิเศษวงศ์, 2545, พฤศจิกายน 28)

2. นายบุญรัตน์ บุญเจชา หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ได้แสดงความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมถูกผลกระทบอย่างแพร่หลาย โดยมีปัจจัยที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อที่ต่างจากในอดีต เช่น การซื้อแต่ละครั้งไม่ได้ต้องการแค่สินค้า แต่ต้องการความทันสมัย การมีโอกาสได้เลือกซื้อ หลากหลายส่วนหนึ่งของการไปพักผ่อน ไปเที่ยวนอกจากกรุงเทพฯ การกำหนดราคาของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีการตั้งราคาที่ถูกกว่า และการคมนาคมที่สะดวกสบายทำให้ร้านค้าตามอำเภอชอบยกกีฬามากที่เข้ามาซื้อสินค้าในตัวเมืองมากขึ้น ผลกระทบต่อพ่อค้าส่งในห้องถิน สำหรับประชาชนในตัวเมืองเชียงใหม่มีความทันสมัย ส่วนหนึ่งมาจากกรุงเทพฯ มีการศึกษาอย่างลึกซึ้งในตลาดในเมืองใหญ่ในเวลาเดียวกัน ราคารั้วของร้านค้าปลีกแบบเก่าไม่น่าเข้า ลูกค้าดูๆ ก็คงสติออก ผู้บริโภคไม่รับไม่ไวและสิ้นหวัง

#### ข้อเสนอแนะในการพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบเก่า

1. ควรมีการส่งเสริมให้เจ้าของร้านค้าปลีกพยายามเก่าออกมาร่วมสู้ด้วยการปรับปรุงร้านให้ดูดี ให้ลูกค้ามีโอกาสได้เลือกซื้อห้องนอนเด็กด้วย ๆ มินิมาร์ท
2. ถ้าเป็นเจ้าของร้านแบบเก่าที่ทำมา晚าน ลูกค้านี้รับซึ่งไม่น่าจะต้องปรับปรุงร้านใหม่ เพราะคงทำไปวันๆ แท้จริง
3. สร้างจิตสำนึกรักคนไทยภัยภัยนี้ซื้อสินค้าร้านใกล้บ้านให้มากขึ้น
4. รัฐควรให้กู้เงินหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ขยายตัวได้เร็วขึ้น
5. การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหน่วยงานที่รับผิดชอบควรทำงานอย่างจริงจัง ไม่ใช้มีเพียงแต่ร่างที่ออกมาน่าเท่านั้น

6. ความมีการร่วมกันทุกฝ่ายโดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าปลีกแบบเก่า ถ้าเชิญมาร่วมรับฟังแล้วไม่มาก็ต้องใช้ความพยายามทำให้ผู้ประกอบการแบบเก่าให้มาร่วมให้มากที่สุด (บุญรัตน์ บุญวัฒนา, 2545, มีนาคม 9)

3. นายสันต์ อรัญญา หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกำแพงเพชร ได้แสดงความคิดเห็นว่า ในกรณีของจังหวัดกำแพงเพชรร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่ถูกผลกระทบเพ gere ในปัจจุบันยังไม่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่อย่างเช่น Rig C, Lotus และ Makro มาเปิดดำเนินกิจการ ประกอบกับคนกำแพงเพชรยังนิยมซื้อสินค้าในตลาดใกล้บ้าน เพราะคงไม่คุ้มที่จะไปรีอห์ยื่นเพื่อนำมาใช้ในครอบครัว แต่ถ้าในอนาคตห้างหน้ามีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มาดังก็คงจะต้องส่งผลกระทบบ้าง

ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มาดัง อาจจะได้แก่ปริมาณการรายขายของร้านค้าปลีกขนาดเล็กหรือค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะลดลง เพราะหากสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ดังกล่าว มีความสะดวกสบายกว่า ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีมากกว่า จัดร้านเป็นระเบียบเรียบร้อยกว่า แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าคนกำแพงเพชรจะไปซื้อสินค้ากับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั้งหมด ยังคงมีผู้ที่จะซื้อตามร้านในตลาดบ้านของตัวเองอยู่ เพียงแต่ยอดขายและจำนวนลูกค้าจะลดลงเท่านั้น เพราะผู้บริโภคจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ เพราจะนิสัยคนไทยส่วนใหญ่เป็นรุ่นรุ่นเดิมที่ชอบเดินเลือกซื้อสินค้า หันมองดูแล้วไม่รีอห์เจ้ายังร้านอาจจะไม่ดี อาจจะซื้อห้องรีอห์ แต่ถ้าเป็นร้านค้าปลีกแบบเก่า ถ้าห้องดูแล้วไม่รีอห์เจ้ายังร้านอาจจะไม่ดี สำหรับเรื่องราคาอาจจะไม่ใช่ประเด็นสำคัญเสมอ เพราะถ้าร้านที่เป็นมาตรฐานดีแล้วสินค้าที่ต้องการได้ครบถ้วนอย่างดีก็ต้องการ ลักษณะการซื้อของคนกำแพงเพชร ถ้าเป็นการซื้อของใช้ทั่วไปจะรีอห์จากร้านชั้นนำ แต่ถ้าซื้อเป็นจำนวนมากๆ ก็อาจจะไปที่จังหวัดพิษณุโลกหรือจังหวัดอื่นๆ ที่มีการแบ่งชั้นจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ อาจจะทำให้เกิดการซูญเสียของร้านค้าปลีกแบบเก่าได้ และส่งผลต่อผู้บริโภคที่อาจจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบเก่าได้ในราคาที่สูงเพราะผู้บริโภคจะไม่มีอำนาจต่อรอง ดังนั้นอาจจะต้องดูว่าถ้ามีการขยายร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เข้ามายังจังหวัดกำแพงเพชรจะต้องดูว่าได้ประโยชน์สัมภានมากจะเป็นผู้บริโภค

ในการนี้ที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่ไม่มีการแบ่งชั้นจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ อาจจะทำให้เกิดการซูญเสียของร้านค้าปลีกแบบเก่าได้ และส่งผลต่อผู้บริโภคที่อาจจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบเก่าได้ในราคาที่สูงเพราะผู้บริโภคจะไม่มีอำนาจต่อรอง ดังนั้นอาจจะต้องดูว่าถ้ามีการขยายร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เข้ามายังจังหวัดกำแพงเพหรจะริงก็คงต้องดูว่าได้ประโยชน์สัมภានมากจะเป็นผู้บริโภค

ลักษณะของร้านค้าปลีกแบบเก่าของจังหวัดกำแพงเพหรมีปัญหาประการหนึ่งคือ ขาดการรับซื้อจากฐานลูกค้า (สันต์ อรัญญา, 2545, มีนาคม 12)

4. นายธงชัย อุบลเด่น หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดแพร่ ได้แสดงความคิดเห็นว่าในปัจจุบันร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดแพร่ยังไม่มีผลกระทบจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Big C, Lotus เพราะยังไม่มีการลงทุนเปิดกิจการในจังหวัดแพร่ แต่ถ้ามีการลงทุนจริงก็คงต้องถูกผลกระทบแน่ ถึงแม้ว่าคนแพร่จะมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ คือ อนุรักษ์นิยม ไม่ค่อยยอมรับสิ่งใหม่ ๆ แต่กรณี Big C, Lotus มาตั้งจริง ก็คงจะเห็นว่ารับให้ไม่ถูก

ถ้าข้อมูลของร้านค้าปลีกแบบเก่าในจังหวัดแพร่ ส่วนใหญ่เป็นห้องแถว กระจุกอยู่ภายในเมือง ไม่ค่อยมีกระจายมากนัก ถ้าพิจารณาสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ร้านค้าปลีกแบบเก่าจะถูกผลกระทบจากการทำธุรกิจตั้งเด่นที่ขายสินค้าที่มีลักษณะเดียวกัน แต่ราคากลางๆ และผลกระทบอีกประการหนึ่งมีผลกระทบกับร้านค้าส่งในจังหวัด เพราะทางบริษัทจากกรุงเทพได้ส่งพนักงานขายมาขายตรงถึงร้านค้าปลีกอย่าง

ในการนี้ที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Big C, Lotus จะเข้ามาเปิดดำเนินการในจังหวัดแพร่จริง ก็คงส่งผลกระทบและถ้าเข้าของร้านค้าปลีกแบบเก่าไม่ปรับตัวก็ต้องปิดกิจการอย่างแน่นอน

สำหรับข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการค้าปลีกแบบเก่าในจังหวัดแพร่

1. หน่วยงานของรัฐควรจัดหาทุนหมุนเวียนโดยร่วมมือกับธนาคารจัดหาสินค้าในราคากลางๆ ให้มีความหลากหลายและมีการจัดตั้งร้านค้าแบบดั้งเดิม เช่น ตลาดน้ำ ตลาดน้ำริมน้ำ ฯลฯ ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เช่น พ่อค้าแม่ค้า ให้สามารถนำสินค้าไปขายในเมืองได้โดยสะดวก

2. ดำเนินการสำรวจและประเมินค่าเช่าที่ดินในจังหวัดแพร่ ให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เช่าที่ดินที่เหมาะสมกับตัวเอง ไม่ใช่เช่าที่ดินที่ไม่ออกใบอนุญาต ไม่สามารถดำเนินการค้าขายได้ ให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เช่าที่ดินที่เหมาะสมกับตัวเอง เช่น ตลาดน้ำ ตลาดน้ำริมน้ำ ฯลฯ ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เช่น พ่อค้าแม่ค้า ให้สามารถนำสินค้าไปขายในเมืองได้โดยสะดวก

3. จัดทำมาตรฐานค่าเช่าที่ดินที่เหมาะสมกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดน้ำริมน้ำ ฯลฯ ให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เช่าที่ดินที่เหมาะสมกับตัวเอง เช่น ตลาดน้ำ ตลาดน้ำริมน้ำ ฯลฯ ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เช่น พ่อค้าแม่ค้า ให้สามารถนำสินค้าไปขายในเมืองได้โดยสะดวก

5. นายศุภิญช์ นิรัตน์พากษ์ ประธานของการค้าจังหวัดพิษณุโลกได้แสดงความคิดเห็นว่าสาเหตุที่ร้านค้าปลีกแบบเก่าต้องถูกผลกระทบจากการประกลบการของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดพิษณุโลกนั้น สาเหตุส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการค้าปลีกแบบเก่าขาดการจัดร้านที่เป็นระบบ สินค้าวางปะกัน ไม่มีการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐาน ขาดการส่งเสริมการขาย ช่วงเวลา เปิดปิดประจำวัน เช่น 08.00 - 18.00 น. ขาดอำนาจต่อรองด้านราคา กับพ่อค้าส่งหรือกับบริษัท เพราะข้อจำกัดน้อย เจ้าของร้านบางร้านสังกัดคลานเรียนจนจบแล้วจึงไม่สนใจที่จะปรับปรุงร้าน และความกังวลว่าที่สูร้านขนาดใหญ่ไม่ได้เพิ่งราคาสินค้าเทียบอย่างเดียว

ประกอบกับเจ้าของร้านไม่เคยกับปรับร้าน เพราะต้องใช้ทุนที่สูง และไม่มีเงินจ่ายเมื่อปรับปรุงร้าน แล้วจะขายได้ในบริเวณที่มากพอย อีกประการหนึ่งเจ้าของร้านส่วนใหญ่ไม่สามารถดูแลร้านได้ การดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบเก่าในจังหวัดพิษณุโลกที่ได้สมดัง ในปัจจุบันสามารถสรุปได้ว่า

ร้านค้าปลีกแบบเก่าขาดอิสระต่อรอง ทำกันแบบตัวต่อตัวมัน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดแย่มากกว่าที่จอดรถ เจ้าของร้านทำการขายเอง ทำห้องวันก็เหนื่อยล้า ไม่มีเวลาจะพัฒนาร้าน เจ้าของร้านที่มีอายุมาก ๆ มักจะไม่สนใจที่จะพัฒนาแล้ว บางครั้งลูกค้าตามหาสินค้าก็บอกว่าไม่มี ทั้ง ๆ ที่มีสินค้าวางอยู่ข้างในร้านแต่เรียกจนยิบ เจ้าของขาดชื่อเสียง อาจจะไม่รู้ด้วยซ้ำว่าขายอะไรไปแล้วบ้าง แล้วเหลือสินค้าอะไรในร้านเท่าไหร่ เจ้าของร้านค้าปลีกแบบเก่าส่วนใหญ่ไม่เป็นมาตรฐานของห้องน้ำร้านค้า เวลาไม่ปูน้ำอุปสรรคใหญ่ให้เข้าร่วมรับรู้เรียนรู้ก็ไม่ยอมเข้า จากข้อจำกัดของเจ้าของร้านค้าปลีกแบบเก่าซึ่งต้นยอดท่อนให้เห็นว่า ร้านค้าปลีกแบบเก่าขาดการปรับปรุงตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัด

ความได้เปรียบของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีศูนย์ในการขายที่ถูกกว่า เพราจะซื้อในปริมาณมาก ก็หุนหุนหากาใต้ต่ำกว่า ให้รับค่าโดยสารสั่งเสริมการขายจากบริษัทเจ้าของสินค้า มีช่วงเวลาเปิดปิดที่ยาวกว่า เช่น 09.00 น. - 23.00 น. มีเครื่องซ้ายหรือสายมาก สามารถอ่านง่ายความสะอาด มีห้องน้ำ มีสินค้าให้เลือกมาก

ผลกระทบที่ร้านค้าปลีกแบบเก่าได้รับ ที่สำคัญคือ สินค้าขายได้ในปริมาณต้นยอดลง สินค้าที่วางขายเก่า ล้าสมัย ทางห้องน้ำค่าสินค้าไม่ถูกต้อง แต่สินค้าที่ขายมากขึ้น อาจจะปรับเปลี่ยนราคากลางค่าตัวเดิมที่ขายอยู่ในร้าน เพราเวลาสั่งซื้อสินค้าขายจำนวนมากอาจขายยังไม่หมด ทางร้านไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ผู้บริโภคทำการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ ขอนเข้าร้านใหญ่ซื้อได้ครบถ้วนอย่าง ต้องการเลือกและหยิบสินค้า เยอะ

แนวทางการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ โดยการออกกฎหมายกำหนดเวลาเปิด - ปิด กำหนดสถานที่ให้อยู่นอกเมือง ห้ามหลังสินค้าหากลูกให้ในห้องถิน และผลกระทบที่เห็นได้ด้วยประการหนึ่งน่าจะเป็นผู้ประกอบการค้าสั่ง เพราร้านค้าปลีกแบบเก่าที่มีขนาดเล็กที่เคยซื้อสินค้าจากผู้ค้าสั่งในจังหวัดเปลี่ยนไปซื้อจาก Makro ดังนั้น เมื่อผู้ค้าสั่งแบบเก่าในจังหวัดต้องการซื้อรอดกีต้องมีการปรับราคาให้ต่ำลง ถ้าอย่างนั้นจะสูญเสียร้านค้าสั่งอย่างเช่น Makro ไม่ได้ และข้อเสนอแนะประการหนึ่งคือผู้ค้าสั่งแบบเก่าควรจะต้องมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต และทุกครั้งที่มีการประชุมถึงปัญหา

ดังกล่าว มักจะให้ความสำคัญไปที่ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเก่า ไม่ค่อยมีการดำเนินธุรกิจร้านค้าส่งแบบเก่าในจังหวัด (สุวิทย์ นิรัญหาฤทธิ์, 2545, ธันวาคม 2)

6. นายสำรัตน์ อัศวสุธิรากุล ประธานของการค้าจังหวัดกำแพงเพชร ได้แสดงความคิดเห็นว่า ในปัจจุบันยังไม่สามารถจะตอบได้ว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกำแพงเพชร ถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพราะในจังหวัดกำแพงเพชรยังไม่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จะมีกิจการซื้อขายในจังหวัดกำแพงเพชรส่วนหนึ่งที่เดินทางไปชื่อสินค้า ที่จังหวัดพิษณุโลกหรือจังหวัดนครสวรรค์ เพราะงานออกจากไปชื่อสินค้าแล้วยังถือโอกาสไปเที่ยวด้วย และการซื้อบางครั้งสามารถใช้ได้นาน สำหรับสภาพปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกแบบเก่าในจังหวัดกำแพงเพชร เจ้าของร้านรุ่นเก่าส่วนใหญ่ไม่มีศักยภาพรับช่วง เพราะเมื่อได้เรียนรู้ ฯ โดยเฉพาะพวกที่จะระดับปริญญาตรี ก็จะไม่วิเคราะห์ต่อแน่นอน ยกเว้นคนที่เรียนน้อยก็จะอยู่ช่วยฟื้นฟู ทำให้จำนวนร้านค้าปลีกแบบเก่าต้องเลิกกิจการไป

สำหรับผลกระทบโดยทั่วไปที่เกิดจากร้านค้าปลีกที่ขาดจากตลาดค้าส่งผลกระทบต่อผู้ผลิต (Supplier) ที่ต้องส่งในห้องกิน และห้องค้าปลีกแบบเก่า ตามลำดับ และในปัจจุบัน ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แบบใหม่จะมีการซื้อส่วนลงเรื่อย ๆ แนวคิดนี้ในอนาคตอาจจะส่งผลต่อผู้ผลิตและตัวผู้บริโภคในเมือง การศึกษาที่สูงขึ้นและเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถ้าเจ้าของธุรกิจได้ยังทำการค้าแบบเก่าคงอยู่ไม่ได้ ธรรมชาติอย่างหนึ่งของร้านค้าที่เหมือนกันคือต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ยกเว้นเจ้าของร้านคนนั้น ไม่มีการรับซื้องานทำอย่างต้องเลิกกิจการ และในปัจจุบันมีธุรกิจของคนเราเปลี่ยนแปลงไป ต้องการความสะดวก ถึงแม้ว่าจังหวัดกำแพงเพชรยังไม่เจริญมาก แต่ความเจริญของชุมชนข้าวสารในยุคโลกาภิวัฒน์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ถ้ามีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่มาตั้งในจังหวัด กำแพงเพชร ถ้าพิจารณาในทางบวกก็อาจจะทำให้จังหวัดนี้ดีขึ้นได้ ในจังหวัดกำแพงเพชร ร้านค้าปลีกแบบเก่ามีไม่นักและเลิกไปก็เยอะ เพราะส่วนใหญ่มีอาชีพอื่นด้วย เช่น การทำไส้แนวทางการแก้ไขในสถานของภาครัฐ ไม่แนะนำว่าจะซื้อยังได้มากในนั้น เพราะผู้บริหารระดับสูงอาจจะไม่เข้าใจเหลืออย่างใดจัง การออกแบบหมายค้าปลีกอาจจะไม่มีผลมาก เพราะจะกระทบกับการทำธุรกิจของประเทศ แต่ถ้าจัดตั้งร้านค้าอย่างให้เห็นเป็นชุมชนที่ดี Jen อาจจะทำให้เจ้าของร้านค้าปลีกแบบเก่ามีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ เพราะส่วนใหญ่ยังคงต่อ โดยอาจจะต้องใช้เวลา 1 - 2 ปี ควรส่งเสริมและสอนให้ชาวบ้านที่ค้าขายไม่เป็นได้เรียนรู้ถึงการค้าขาย และเข้าใจปัญญาชาวบ้านมาให้ เพราะถ้าเจ้าของร้านที่ทำอยู่

ให้มีโอกาสเข้ารับการอบรมจะชี้แจงว่าสิ่งที่ทำอยู่ผิดหมวด และที่กำแพงเพชรยังไม่มีร้านค้าปลีก ตัวอย่าง (สำนักสุธีกุล, 2545, ธันวาคม 4)

7. นายภานุย์ วีระพันธ์ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ได้แสดงความคิดเห็นว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ร้านค้าปลีกแบบเก่าที่อยู่ในตัวเมืองเริ่งใหม่เคยมีการปรับตัวมาแล้วครั้งหนึ่งในช่วงที่มีต้นเศรษฐกิจและเงินทรัพยากรถูก แต่เมื่อ Big C, Lotus, Makm และ Carrefour มาเปิด ก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย เพราะคนไทยยังไม่มีการจัดระเบียบการซื้อ ถึงแม้ว่า บางครั้งจะไปช้อปที่ Big C, Lotus ก็ยังต้องซื้อที่ร้านค้าปลีกแบบเก่าอยู่ ถ้าร้านนั้นอยู่ในทำเลที่ดีก็ขายได้ กามที่ทำเลที่ดีที่สุด สะดวก ถือว่าเป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีความสำคัญ แต่ถ้าไม่สามารถเลือกทำเลขอย่างร้านได้ เพราะในลักษณะเดิมร้านค้าปลีกแบบเก่าต้องมีที่เก็บสินค้าภายในร้านทำให้เงินทุนจำนวนมาก แต่ปัจจุบันร้านค้าปลีกแบบเก่าไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้ามาก เพราสามารถนำไปช้อปจาก Makm, Lotus หรือ Big C หมายได้และก็ต้องมีการจัดสินค้า ในร้านให้มากด้วย

ในปัจจุบันร้านค้าปลีกแบบเก่าต้องปรับตัว และคงต้องยอมรับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ในต่างประเทศร้านค้าแบบเก่าแทบไม่เหลือแล้ว เพราะว่าปัจจัยของเรามีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ผู้ที่ดูผลกระทบจริง ๆ คือผู้ผลิต (Supplier) ที่ต้องแข่งขันกับร้านค้าปลีกแบบเก่า กลยุทธ์ของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ กรณีก็คือพยายามก้าวไปนำร่อง ใช้กฎหมายส่งเสริม ก็ทำไม่ได้เพราไม่มีคนที่จะดูแล ก็ต้องหาคนที่จะดูแล ถึงแม้จะเปิดไกลออกไปจากตัวเมือง แนวทางการแก้ไขก็จะต้องมีความตัวกันให้ได้ เพื่อสร้างอิฐมาต่อของ ร้านค้าปลีกแบบเก่าที่ทำเลที่ดีของร้านไม่ได้ก็ต้องทำใจ อาจจะต้องย้ายมายังที่อื่นๆ ทุกวันนี้เจ้าของร้านแบบเก่าอยู่ได้เพราไม่ต้องเสียค่าเช่าร้าน เปิดขายได้วันละ 100 - 200 บาท ก็อยู่ได้ ตึกกว่าปีต่อปีได้เงยๆ และลูกหลานบางรายก็ไม่รับช่วง บางคนเรียนจบมารักษาและปรับจากร้านน้ำดื่มมาเป็นคลินิกหมอยังคงเป็นไปตามสภาพการที่เปลี่ยนแปลงไป ที่จังหวัดเชียงใหม่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ไม่ได้ดังอยู่ในตัวเมือง ดังนั้นกฎหมายผู้เมืองก็ไม่มีผลพลดอย่างไร (ภานุย์ วีระพันธ์, 2545, ธันวาคม 9)

8. นายชัยวัฒน์ ตั้งเมธีกุล ประธานหอการค้าจังหวัดแพร่ได้แสดงความคิดเห็นว่า ถ้ามีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Big C มาตั้งในจังหวัดแพร่ จะส่งผลกระทบอย่างแย่ยอน ทั้งร้านค้าปลีกและศัษษายานแบบเก่า ทางหอการค้าจังหวัดแพร่กำลังหาวิธีป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น และผลที่อาจจะเกิดขึ้นก็คือ Big C มาตั้ง อาจจะทำให้ยอดขายของร้านแบบ

เก่าลดลง เพาะร้านแบบเก่าสูญเสียได้ในเรื่องของเงินลงทุน ต้นทุนการขาย ราคาสินค้าที่อาจจะมุ่งกว่า ความสะดวกสบายและจำนวนสินค้าที่น้อยกว่า

สำหรับประชาชนในจังหวัดแพร์ส่วนใหญ่คงไม่คิดอะไร เพราะไม่มีส่วนได้เสียอะไรที่ได้ประโยชน์ก็คงเลือกทางนั้น แต่ในส่วนของหอการค้าจังหวัดแพร์ ลิ่งแยກที่ต้องทำคือการรวมพลังของผู้ที่ถูกผลกระทบ ถ้าในส่วนของประชาชนก็จะพยายามอธิบายให้เข้าใจว่าถ้า Big C มาเปิดก็จะเกิดการผูกขาด ถ้าไม่ร้านแบบเก่าคานอ่านจากต่อรองอยู่ ก็อาจจะทำให้เกิดการผูกขาดได้ ทุกวันนี้คนแพร์ส่วนหนึ่งไปช้อปสินค้าที่ Big C จังหวัดลำปาง

ในส่วนของหอการค้าจังหวัดแพร์มองว่า ถ้า Big C มาเปิดคงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบเก่าเท่านั้น แต่ร้านค้าแบบถอย ตลาดสด ก็จะถูกผลกระทบด้วย สำหรับการซื้อยาเหลือของภาครัฐในการกำหนดใช้เงินนั้นก็อาจจะซ้ำซ้อนได้บ้าง แต่ถ้าภาครัฐมามาตรฐานเดียวกันคงจะเป็นเรื่องที่มีผลกระทบจิตสำนึกให้แก่ชาวจังหวัดแพร์ในการซื้อยาเหลือกัน สำหรับพ่อค้าปลีกรุ่นเก่า คงต้องซ้ายเหลือตัวเองให้มาก ๆ เพื่อความอยู่รอด

ข้อคิดประการหนึ่ง จังหวัดแพร์เป็นจังหวัดที่ไม่น่าลงทุนเพื่อขายได้เฉลี่ยต่อคนต่อ จำนวนประชากรของจังหวัดแพร์ลดลงทุกปีเพราไม่สามารถซื้อยาออก รึ่งแต่ก่อนคนแพร์จะมีรายได้หลักจากการเลี้ยงครัว โ蛉ปมในยา ปัจจุบันไม่มีแล้ว ประชาชนส่วนหนึ่งในจังหวัดแพร์ขาดรายได้ จึงเป็นเหตุผลส่วนหนึ่งที่ไม่น่าจะเลือกมาลงทุนในจังหวัดแพร์ (รัชวัฒน์ ตั้งเมฆากูล, 2545, ธันวาคม 19)

9. นายศุภษา มั่นดี ผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขาเชียงใหม่ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยกล่าวว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมถูกผลกระทบของผู้เช่าของร้านแบบเก่ามากจะหายไปตามความสะดวก เนื่องจากภาระค่าเช่าที่ร้านค้าที่เข้าร้านก็ซื้อของ เพื่อแยกปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น ต่างกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีความทันสมัยจะมีบริการที่ดีกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก มีสินค้าจำนวนมากและหลากหลายและราคาสินค้าก็ถูกกว่า จากสถานการณ์ภัยคุกคามเศรษฐกิจและเงินได้หดตัว ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีความคิดในการเลือกซื้อมากขึ้น มีการต่อรองและขยายของสินค้า มีการปรับเปลี่ยนราคสินค้า มีความละเอียดอ่อนในการจัดจ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าตัวใหม่มีการลดราคาอย่างไม่น่าเชื่อ จุดเด่นของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีการสื่อสารกับผู้ซื้อตลอดเวลา เช่น มีใบปลิวแจก บอกร่องสินค้า ราคาสินค้าที่มีการจัดรายการพิเศษ ซึ่งต่างกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เคยขายอย่างไรก็ขายอย่างนั้น

สำหรับผลกระทบมักจะเกิดกับร้านค้าปลีกแบบเก่าที่อยู่ใกล้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ถ้าอยู่ใกล้ก็คงไม่ถูกผลกระทบมาก ร้านค้าปลีกแบบเก่ามีการตั้งราคาที่ไม่แน่นอน ไม่ขยายนำ ราคากับน้ำดื่ม ไม่มีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ขาด

ปัจจุบันผู้บริโภค มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมากขึ้น โดยดูได้จากวันเสาร์ - อาทิตย์ จะมาซื้อกันมาก มีการหักดุนไว้ใช้ลดสเปคต์ ร้านค้าปลีกแบบเก่าน่าจะใช้ช่วงเวลา ที่ร้านขนาดใหญ่ยังไม่เปิด เช่น ก่อน 09.00 น. เป็นช่วงเรียกลูกค้า

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเจ้าของรุ่นเก่ามาเป็นรุ่นใหม่ของร้านค้าปลีก แบบเก่าถึงแม้จะมีการปรับปรุงร้าน แต่ขาดความเป็นกันเองกับลูกค้าหรือรายไม่ค่อยสนใจ ลูกค้า เจ้าของรุ่นเก่าจะรู้จักลูกค้า มีการพักท้ายกับผู้ชี้และผู้ขายเป็นเหมือนญาติในครอบครัว เดียวกัน

กรณีที่ประชาชัชนในบางจังหวัดออกมารอต่อต้านการจัดตั้งร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ น่าจะเกิดจากการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนเพรเวกน์ที่เผยแพร่โดยบุกเบิกจะ ต้องมีผลกระทบมีทาง แล้วกรณีที่ต่างชาติเข้ามาลงทุน เป็นการส่งเสริมของรัฐ แล้วเมื่อลงทุน แล้วก็ต้องการทำให้ชาวบ้านทำให้ส่วนหนึ่งออกไปต่างประเทศและไม่ได้ทำให้ออกหมด เพราะ การลงทุนเป็นแรกๆ คงยังไม่มีกำไร จนกว่า 4 - 5 ปีขึ้นไป

การดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่ก่อให้เกิดการจ้างงานกัน 700 คน โดยส่วนหนึ่งประมาณ 400 คน เป็นเจ้าหน้าที่ของห้างร้าน อีกส่วนหนึ่งทางร้านจ้าง แบบช่วงสั้น ๆ (Part Time) ผ่านห้องเป็นผู้ช่วยทำงานที่มาเตะพื้นที่ขายสินค้าภายใน ภายนอก บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัทที่เข้ามา ก่อสร้างหรือบำรุงรักษา ตัวก็เป็นส่วนหนึ่งของการ จ้างงานmany ในท้องถิ่น สำหรับกรณีมาเช่นนั้น ปัจจุบันได้เสียไปที่ส่วนคลัง เหตุว่า Lotus มีคลังสินค้าอยู่ที่ส่วนมาก แต่ส่วนหนึ่งที่ทาง Lotus สาขาพิษณุโลกได้เสียทั้งทางตรงและ ทางอ้อม ได้แก่ ภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน ภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่ในขณะเดียวกัน Lotus กำลังดำเนิน การทำเปลี่ยนแปลงการจ่ายภาษีจากผู้เช่าห้องให้แก่ห้องถินอยู่แล้ว และกำลังอยู่ในขั้นตอน การดำเนินการ แต่ถึงอย่างไรทาง Lotus ก็เสียภาษีให้กับประเทศไทยอยู่แล้ว

ผู้บริโภคที่เข้ามาภายในร้าน นอกจากร้านค้าแล้วยังใช้ร้านเป็นที่พักผ่อน และทางร้านยังมีความหลากหลายในการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ไม่เหมือน ร้านค้าปลีก แบบเก่า ถ้าเข้าไปแล้วก็ต้องซื้อย่างเดียว ปัจจุบัน Lotus ทั้งประเทศมีกว่า 40 สาขา การกระจายมาเลือกซื้อจังหวัดที่จะเปิดสาขาใหม่ ๆ จะดูที่ประชากร สภาพทางการเงิน ทางผ่านของ ผู้คนที่เดินทางไปมา

จังหวัดพิษณุโลก Lotus ได้เปิดดำเนินกิจการในปี 2539 สาขาแรก ในประเทศไทย เช้าที่นั่นที่และเปิดที่ชีค่อนสแควร์ ลักษณะการลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในรูปของ การ เช่าที่ดินระยะยาตรา การดำเนินงานของ Lotus สาขาพิษณุโลก มียอดขายประมาณ 100 ล้านบาท/เดือน สินค้าหลักของ Lotus ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เม็ดของใจในชีวิต ประจำวัน อาหารแห้ง อาหารสด เป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค สำหรับเครื่องไฟฟ้า เสื้อผ้า ไม้ไผ่สินค้า หลักของร้าน และในปัจจุบัน Lotus มีรายได้ส่วนหนึ่งจากการจัดที่นั่งให้เช่า สำหรับลูกค้าของ Lotus สาขาพิษณุโลก ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด

เมื่อพิจารณาถึงการดำเนินกิจการของเจ้าของร้านค้าปลีกแบบเก่าในจังหวัด ที่ไม่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เจ้าของร้านแบบเก่าจะไม่มีความกระตือรือร้น ในการพิจารณา จะรอนานกว่าจะมีคู่แข่งขึ้นเข้ามามากจึงเริ่มต้นตัวเอง ๆ แล้วเจ้าของร้านแบบเก่าควรจะมีการพัฒนา ตัวเองก่อนที่จะถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านค้าปลีกแบบเก่าที่เลิกอุดหนุน บางรายจะขายร้านให้กับ เซ้งน์ อีสพาร์ตี้ พร้อมสินค้าภายในร้าน และเมื่อผู้ซื้อเข้าไปติดราชสูป ศุลค์สินค้าภายในร้านมักจะพบว่าสินค้าที่อยู่ภายในร้านส่วนหนึ่งเป็นสินค้าที่ขายช้า (Slow Movement) มีขนาดใหญ่ เช่น แซมบูโร่ แอลกอฮอล์และเครื่องดื่มต่างๆ ที่ต้องใช้เวลาในการจัดจ้าน ก่อให้เกิดความเสียหายต่อร้านค้า ตัวใหม่มีอายุเกิน 3 เดือน หรือ 6 เดือน หรือ 1 ปี กรณีที่ทางรัฐจะมีการกำหนดโทษนั้นก็อาจจะ ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดใหญ่บ้างแต่ก็คงไม่มากนัก สำหรับลูกค้าของ Lotus ส่วนหนึ่งเป็นพ่อค้าขายส่งที่เลือกซื้อสินค้าที่ราคาถูกเพื่อจำหน่ายต่อ

ร้านค้าแบบเก่าสามารถจดอยู่อย่างไร ตัวเจ้าของร้านมั่นใจว่าสอนลูกชื่อ ชุดแข็งของร้าน ซึ่งร้านค้าปลีกแบบเก่าเบรียบสม่องใจที่จะสามารถสูญเสียลูกค้าได้ง่าย เพราจะลูกค้าอยู่ในบริเวณใกล้ตัว ควรนำเอาจุดแข็งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีความทันสมัย มาใช้ และก็มีจุดแข็งของร้านแบบเก่ามาใช้อย่างจริงจัง ที่ยอมจะอยู่รอดได้ (สุภาพงษ์ มั่นดี, 2546, มกราคม 6)

สรุป จากการสัมภาษณ์หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า ประทานห้องการค้า จังหวัดพิษณุโลก เรียนในม ก้ามพงษ์เพ็ชร์ แฟร์ และผู้จัดการ Lotus Supercenter สาขา พิษณุโลก ประกอบกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ ผู้วิจัยสามารถน้ำผักการศึกษามาประกอบการสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัย ที่มีความเหมาะสม โดยสรุปได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม ชั่งสูปได้ 6 ข้อ ได้แก่

1. การขาดการสนับซึ่งต่อจากลูกค้า
2. การขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน
3. การขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ
4. ความไม่สดชัด คุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง
5. ความเมื่อยล้าในการเก็บภาษีของรัฐ
6. การไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขัน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ชั่งสูปได้

16 ข้อ ได้แก่

1. การมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก
2. มีการพัฒนาร้านตลอดเวลา
3. มีการให้เทคโนโลยีทันสมัย
4. มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ
5. ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด เย็นสบาย
6. สินค้ามีคุณภาพดี
7. มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย
8. ขายสินค้าในราคากันเอง
9. มีช่วงเวลาในการเปิด ปิดร้านที่ยาว
10. มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม
11. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์
12. มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น การลดราคา การจัด
13. มีพนักงานชายที่บริการดี พูดจาสุภาพ
14. มีการบริหารจัดการที่ดี
15. มีเงินทุนในการดำเนินกิจการสูง
16. มีการจัดระบบข้อมูลที่ดี

บิจกรรมพิเศษ

ส่วนที่ 3 ผลกรอบของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้รับจากการดำเนินกิจการของ  
ร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่และจากสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่งสรุปได้ 2 ข้อ<sup>ได้แก่</sup>

1. จำนวนยอดขายลดลง
2. จำนวนลูกค้าลดลง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล侈คราม  
Pibulsongkram Rajabhat University

## ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 226 ราย โดยแบ่งออกเป็นจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 61 ราย จังหวัดเชียงใหม่ 80 ราย จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 54 ราย และจังหวัดแพร่ จำนวน 31 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ประการอยู่ในตารางด่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลประกอบตามตารางที่ 12 – 27

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลประกอบตามตารางที่ 28 – 29

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลประกอบตามตารางที่ 31 – 74

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลประกอบตามตารางที่ 75 - 92

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
พิษณุโลก	61	27.0
เชียงใหม่	80	35.4
กำแพงเพชร	54	23.9
แพร่	31	13.7
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4 อันดับรองลงมาได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีก และค้าส่งสมัยใหม่

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	141	62.4
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	85	37.6
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากสุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่อยู่ในจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.4 และเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่อยู่ในจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.6

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกสุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	167	73.9
ชาย	59	26.1
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงว่ากสุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.9 และเป็นเพศชาย จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกสุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	8	3.5
25 – 35 ปี	52	23.0
36 – 45 ปี	79	35.0
46 – 55 ปี	56	24.8
มากกว่า 55 ปี	31	13.7
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงว่ากสุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 36 – 45 ปี จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 อันดับรองลงมาได้แก่ช่วงอายุ 46 – 55 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8

**ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	73	32.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	31	13.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	53	23.5
อนุปริญญา / ปวส.	25	11.1
ปริญญาตรี	39	17.3
สูงกว่าปริญญาตรี	5	2.1
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับ ประถมศึกษา จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 และอันดับสองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5

**ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาของการดำเนินกิจการ**

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ปี	77	34.1
มากกว่า 5 ปี	149	65.9
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมมาแล้วมากกว่า 5 ปี จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.9 และดำเนินกิจการมาแล้ว 1 - 5 ปี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.1

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของลักษณะร้านค้าปีกับตั้งเดิม

ลักษณะของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ร้านตึกแถว 1 ชั้น	84	37.2
ร้านตึกแถว 2 ชั้น	46	20.4
ร้านไม้ 1 ชั้น	60	26.5
ร้านไม้ 2 ชั้น	16	7.1
อื่นๆ	20	8.8
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงว่าลักษณะร้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นร้านตึกแถว 1 ชั้น จำนวน 84 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 37.2 อันดับรองลงมา มีลักษณะเป็นร้านไม้ 1 ชั้น จำนวน 60 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละการทำหน้าที่ของเจ้าของกิจการ

ทำหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
สั่งซื้อสินค้า	186	82.3
ขายหน้าร้าน	200	88.5
ดูแลด้านการเงิน เบี้ยเงิน ประจำตัวสินค้า	190	84.1
จัดสินค้าในร้าน	177	78.3
ส่งสินค้าให้ลูกค้า	57	25.2
ตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือในร้าน	121	53.5
เปิดร้านและปิดร้าน	188	83.2
ทำบัญชี	72	31.9
อื่นๆ	9	4.0

จากตารางที่ 13 แสดงว่าเจ้าของร้านส่วนใหญ่ทำหน้าที่ขายหน้าร้าน ดูแลด้านการเงิน เปิดร้านปิดร้าน สั่งซื้อสินค้า จัดสินค้าในร้าน ตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือในร้าน ทำบัญชี ส่งสินค้าให้ลูกค้า และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 88.5, 54.1, 83.2, 82.3, 78.3, 53.5, 31.9, 25.2 และ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละการมีและไม่มีผู้ช่วยในการดำเนินกิจการ

ผู้ช่วยดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
มี	146	64.6
ไม่มี	80	35.4
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงว่าก่อตั้งตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ช่วยในการดำเนินกิจการจำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.6 และไม่มีผู้ช่วยดำเนินกิจการจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ช่วยในการดำเนินกิจการ

จำนวนผู้ช่วย	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	79	35.0
2 คน	50	22.1
3 คน	14	6.2
อื่นๆ	3	1.3

จากตารางที่ 15 แสดงว่าก่อตั้งตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ช่วยในการดำเนินกิจการจำนวน 1 คน จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 อันดับรองลงมาได้แก่ 2 คน จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละยอดขายสินค้าในปีจุบัน

ยอดขาย	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	27	11.9
เท่าเดิม	41	18.1
ลดลง	55	24.3
ไม่แน่นอน	103	45.6
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงว่ายอดขายสินค้าของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้ม จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.6 อันดับรองลงมาได้แก่ ยอดขายสินค้าลดลง จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละการจัดจำแนกสินค้าที่ขายดี 5 อันดับ

สินค้า	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4		อันดับ 5	
	จำนวน	ร้อยละ								
ของใช้ประจำวัน	64	28.3	46	20.4	56	24.8	21	9.3	1	0.4
อาหารแห้ง	12	5.3	38	14.6	49	21.7	61	27.0	3	1.3
เครื่องดื่ม	92	40.7	55	24.3	39	17.3	21	9.3	-	-
ขนมขบเคี้ยว	53	23.5	72	31.9	53	23.5	13	5.8	1	0.4
อื่นๆ	9	4.0	2	0.9	2	0.9	2	0.9	6	2.7

จากตารางที่ 17 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสินค้าที่ขายดี 3 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1 คือ เครื่องดื่ม จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 อันดับที่ 2 คือ ขนมขบเคี้ยว จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.9 อันดับ 3 คือ ของใช้ประจำวัน จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละแผนโน้มการประกอบกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

แนวโน้ม	จำนวน	ร้อยละ
ทำต่อไปเหมือนเดิม	153	67.7
กำลังจะปรับปรุงใหม่	53	23.5
กำลังคิดจะเลิกกิจการ	14	6.2
ยื่น ๆ	6	2.7
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 18 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะประกอบกิจการต่อไปเหมือนเดิม จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.7 อันดับรองลงมาได้แก่ กำลังจะปรับปรุงใหม่ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละวิธีการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากพนักงานขายมาเสนอที่ร้าน	113	50.0
ซื้อจาก Big C	39	17.3
ซื้อจาก Lotus	52	23.0
ซื้อจาก Makro	77	24.1
ซื้อจากร้านขายส่งแบบดั้งเดิมในลักษณะใกล้เคียง A	83	36.7
	19	8.4

จากตารางที่ 19 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเข้าร้านจากพนักงานขายมาเสนอที่ร้าน จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 อันดับรองลงมาได้แก่ ซื้อจากร้านขายส่งแบบดั้งเดิมในลักษณะใกล้เคียง จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละวิธีการตั้งราคาสินค้า

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งราคาเท่ากับราคาป้าย	123	54.4
ตั้งราคาต่ำกว่าราคาป้าย	32	14.2
ตั้งราคาโดยคิดจากต้นทุนและบวกเพิ่มกำไรตามที่ต้องการ	87	38.5
ตั้งราคาเท่ากับร้านค้าอื่น ๆ อื่น ๆ	71	31.4
	-	-

จากตารางที่ 20 แสดงว่ากู้มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการตั้งราคาสินค้าโดยตั้งราคาเท่ากับราคาป้าย จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 อันดับรองลงมาได้แก่ ตั้งราคาโดยคิดจากต้นทุนและบวกเพิ่มกำไรตามที่ต้องการ จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของร้านที่ถูกผลกระทบ

ร้านที่ถูกผลกระทบ	จำนวน	ร้อยละ
เชกเงิน อีเลฟเงิน	65	28.8
โลตัส	25	11.1
บิ๊กซี	18	8.0
เม็คโค้ด	4	1.8
ร้านค้าปลีกประเภทเดียวทัน	78	34.5
ห้างสรรพสินค้า	20	8.8
อื่นๆ	16	7.1
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 21 แสดงว่ากู้มตัวอย่างส่วนใหญ่ถูกผลกระทบจากร้านค้าปลีกประเภทเดียวทัน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.5 อันดับรองลงมาได้แก่ เชกเงิน อีเลฟเงิน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.8

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละจำนวนช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กับการตรวจนับสินค้า ในร้าน

การตรวจนับ	จำนวน	ร้อยละ
มี	140	61.9
ไม่มี	86	38.1
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 22 แสดงว่ากู้มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตรวจนับสินค้าในร้าน จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.9 และจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.1 ไม่มีการตรวจนับสินค้า ในร้าน

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการตรวจนับสินค้า

ระยะเวลาการตรวจนับสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
วันต่อวัน	32	14.2
สัปดาห์ละครั้ง	43	19.0
เดือนละครั้ง	45	19.9
ปีละครั้ง	4	1.8
อื่นๆ	16	7.1

จากตารางที่ 23 แสดงว่ากู้มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตรวจนับสินค้าเดือนละครั้ง จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.9 อันดับรองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของวิธีการจัดร้าน

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
จัดตามความสะดวก เคยทำอย่างไก่ทำอย่างนั้น	80	35.4
จัดโดยแยกสินค้าออกเป็นหมวดหมู่	102	45.1
จัดตามลักษณะของร้าน	42	18.6
อื่นๆ	2	0.9
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการจัดร้านโดยจัดโดยแยกสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.1 คันดับรองลงมาได้แก่ จัดตามความสะดวก เคยทำอย่างไก่ทำอย่างนั้น จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของวิธีการจูงใจลูกค้าเข้าร้าน

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำอะไรเป็นพิเศษ ทำเหมือนที่เคยทำ	75	33.2
ให้ความคุ้นเคย เป็นกันเอง	188	83.2
จัดรายการพิเศษ เช่น ให้ส่วนลด ลิขสิทธิ์	8	3.6
ใช้ทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม	85	37.6
อื่นๆ	7	3.1

จากตารางที่ 25 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการจูงใจลูกค้าเข้าร้านโดยให้ความคุ้นเคย เป็นกันเอง จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.2 คันดับรองลงมาได้แก่ ใช้ทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสมจำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.6

**ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของเวลาเปิดร้าน**

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
05.00 – 07.00 น.	157	69.5
07.01 – 09.00 น.	61	27.0
ไม่แน่นอน	8	3.5
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 26 แสดงว่ากิจกรรมตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดร้านเวลา 05.00 – 07.00 นาฬิกา จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.5 อันดับรองลงมาได้แก่ 07.01 – 09.00 นาฬิกา จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0

**ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของเวลาปิดร้าน**

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
17.00 – 19.00 น.	20	8.8
19.01 – 21.00 น.	126	55.8
21.01 – 23.00 น.	49	21.7
หลังจาก 23.00 น.	25	11.1
ไม่แน่นอน	6	2.6
รวม	226	100.0

จากตารางที่ 27 แสดงว่ากิจกรรมตัวอย่างส่วนใหญ่ปิดร้านเวลา 19.01 – 21.00 นาฬิกา จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.8 อันดับรองลงมาได้แก่ 21.01 – 23.00 นาฬิกา จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัญหาจากการดำเนินกิจการร้านค้า  
ปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อ	สภาพปัญหา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ปัญหา
1	ขาดการรับซ่อมต่อจากลูกค้า	3.06	1.12	ปานกลาง
2	ขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน	3.33	.95	ปานกลาง
3	ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน	3.35	1.13	ปานกลาง
4	ความไม่สืบคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง	2.75	1.95	ปานกลาง
5	ความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ	3.42	.96	ปานกลาง
6	ไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	3.57	1.04	มาก
รวมเฉลี่ย		3.12	.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 แสดงว่าก辱มีตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในภาพรวมว่า  
สภาพปัญหาจากการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี  
ค่าเฉลี่ย 3.12 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวให้ทัน  
ต่อการเปลี่ยนแปลง ความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน  
ขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน ขาดการรับซ่อมต่อจากลูกค้า และความไม่สืบคุ้นเคย  
กับลูกค้ามีน้อยลง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57, 3.42, 3.33, 3.06 และ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้า<sup>1</sup>  
ปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ที่มีผลกรอบต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อ	การดำเนินกิจการของร้านค้าปลีก / ค้าส่ง สมัยใหม่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ผลกระทบ
1	การมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก	4.01	0.88	มาก
2	มีการพัฒนาร้านตลอดเวลา	3.71	0.95	มาก
3	มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.73	1.23	มาก
4	มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ	3.83	0.95	มาก
5	ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด เย็นสบาย	3.89	1.02	มาก
6	สินค้ามีคุณภาพดี	3.52	0.87	มาก
7	ห้องครัวสะดวก ปลอดภัย	3.43	0.97	ปานกลาง
8	การขายสินค้าในราคามาตรฐาน	3.73	0.94	มาก
9	ช่องทางที่เปิดขายหลากหลายกว่า	3.65	0.96	มาก
10	มีทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม	3.80	0.93	มาก
11	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.66	1.25	มาก
12	มีการส่งเสริมการขายต่อเนื่อง เช่น การลดราคา การจัดกิจกรรมพิเศษ	3.66	1.34	มาก
13	มีพนักงานบริการดี พูดจาลูกค้า	3.51	0.92	มาก
14	มีการบริหารจัดการที่ดี	3.64	0.90	มาก
15	มีเงินทุนในการดำเนินกิจการสูง	3.99	1.08	มาก
16	มีระบบข้อมูลที่ดี	3.62	1.03	มาก
รวมเฉลี่ย		3.71	0.73	มาก

จากตารางที่ 29 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในภาพรวมว่า ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีก / ค้าส่งสมัยใหม่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลกระทบจากการมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก มีเงินทุนในการดำเนินกิจการสูง ภายในร้าน กว้างขวาง สะอาด เย็นสบาย มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ มีทำเลที่ตั้งร้านที่

หมายเหตุ การนัยสินค้าในภาคต่อ และมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01, 3.99, 3.89, 3.83, 3.80 และ 3.73 ตามลำดับ

**ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม**

ข้อ	ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับผลกระทบ
1	จำนวนยอดขายลดลง	3.46	0.93	ปานกลาง
2	จำนวนลูกค้าลดลง	3.33	0.97	ปานกลาง
	รวมเฉลี่ย	3.40	0.92	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 แสดงว่ากู้มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในการพูดว่าผลกระทบที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผลกระทบจากจำนวนยอดขายที่ลดลง และจำนวนลูกค้าลดลง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.33 ตามลำดับ

**ตารางที่ 31 ความสนใจหันตัวของระยะเวลาดำเนินกิจการกับสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดการรับซื้อต่อจากภูมิภาค**

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัจจุบัน					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1-5 ปี	7 (9.1)	14 (18.2)	29 (37.7)	22 (28.6)	5 (6.5)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	19 (12.8)	36 (24.2)	52 (34.9)	27 (18.1)	15 (10.1)	149 (100.0)
20+ ปี	26 (11.5)	50 (22.1)	81 (35.8)	49 (21.7)	20 (8.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 4.810$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.307$$

จากตารางที่ 31 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดการรับซื้อต่อจากลูกค้า

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้า ปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุง ร้าน

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1-5 ปี	5 (6.5)	25 (32.5)	31 (40.3)	15 (19.5)	1 (1.3)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	15 (10.1)	58 (38.9)	52 (34.9)	17 (11.4)	7 (4.7)	149 (100.0)
รวม	20 (8.8)	83 (36.7)	83 (36.7)	32 (14.2)	8 (3.5)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 5.699$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.223$$

จากตารางที่ 32 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการพัฒนา ปรับปรุงร้าน

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	9 (11.7)	23 (29.9)	30 (39.0)	10 (13.0)	5 (6.5)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	28 (18.8)	49 (32.9)	35 (23.5)	27 (18.1)	10 (6.7)	149 (100.0)
รวม	37 (16.4)	72 (31.9)	65 (28.8)	37 (16.4)	15 (6.6)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 6.755$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.149$$

จากตารางที่ 33 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีก  
แบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับความใกล้ชิดคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง

ระยะเวลาการดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	2 (2.6)	13 (16.9)	31 (40.3)	22 (28.6)	9 (11.7)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	3 (2.0)	31 (20.8)	57 (38.3)	46 (30.2)	13 (8.7)	149 (100.0)
รวม	5 (2.2)	44 (19.5)	88 (38.9)	67 (29.6)	22 (9.7)	226 (100.0)

$\chi^2 = 1.035$

( $P > 0.05$ )

$P = 0.904$

จากตารางที่ 34 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
เขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับความใกล้ชิดคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีก  
แบบดั้งเดิม เกี่ยวกับความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 – 5 ปี	7 (9.1)	22 (28.6)	37 (16.4)	9 (11.7)	2 (2.6)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	22 (14.8)	55 (36.9)	53 (23.5)	12 (8.1)	7 (4.7)	149 (100.0)
รวม	29 (12.8)	77 (34.1)	90 (39.8)	21 (9.3)	9 (4.0)	226 (100.0)

$\chi^2 = 5.581$

(P > 0.05)

P = 0.233

จากตารางที่ 35 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการกับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีก  
แบบดั้งเดิม เกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขัน

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	12 (15.6)	26 (33.8)	24 (31.2)	14 (18.2)	1 (1.3)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	38 (25.5)	42 (28.2)	49 (32.9)	17 (11.4)	3 (2.0)	149 (100.0)
รวม	50 (22.1)	68 (30.1)	73 (32.3)	31 (13.7)	4 (1.8)	226 (100.0)

$\chi^2 = 4.673$

( $P > 0.05$ )

$P = 0.323$

จากตารางที่ 36 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการ  
แข่งขัน

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหา  
ปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดการรับซื้อต่อ  
จากลูกค้าน

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	8 (5.7)	30 (21.3)	58 (41.1)	31 (22.0)	14 (9.9)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	18 (21.2)	20 (23.5)	23 (27.1)	18 (21.2)	6 (7.1)	85 (100.0)
รวม	26 (11.5)	50 (22.1)	81 (35.8)	49 (21.7)	20 (8.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 14.641$$

$$P = 0.006$$

( $P < 0.05$ )

จากตารางที่ 37 แสดงว่าในจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ดำเนินกิจการอยู่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดการรับซื้อต่อจากลูกค้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อวิเคราะห์ในจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ พบว่าส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดการรับซื้อต่อจากลูกค้านอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.1 และจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ พบว่าส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหา  
เบื้องต้นของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการ  
พัฒนาปรับปรุงร้าน

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	9 (6.4)	53 (37.6)	56 (39.7)	18 (12.8)	5 (3.5)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	3 (3.5)	14 (16.5)	27 (31.8)	30 (35.3)	11 (12.9)	85 (100.0)
รวม	8 (3.5)	32 (14.2)	83 (36.7)	83 (36.7)	20 (8.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 4.080$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.395$$

จากตารางที่ 38 แสดงว่าจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหา เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน

ตารางที่ 39 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ  
สภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการขาดเงินทุน  
หมุนเวียนในการดำเนินกิจการ

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	13 (9.2)	44 (31.2)	48 (34.0)	25 (17.7)	11 (7.8)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	24 (28.2)	28 (32.9)	17 (20.0)	12 (14.1)	4 (4.7)	85 (100.0)
รวม	37 (16.4)	72 (31.9)	65 (28.8)	37 (16.4)	15 (6.6)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 16.587$$

$$(P < 0.05)$$

$$P = 0.002$$

จากตารางที่ 39 แสดงว่าจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเรื่องภัยการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มากเมื่อเทียบกับในจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่พบว่าส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาเกี่ยวกับการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.0 และจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ พบร่วมกับส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.9

ตารางที่ 40 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับความใกล้ชิดคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	3 (2.1)	22 (15.6)	57 (40.4)	48 (34.0)	11 (7.8)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	2 (2.4)	22 (25.9)	31 (36.5)	19 (22.4)	11 (12.9)	85 (100.0)
รวม	5 (2.2)	44 (19.5)	88 (38.9)	67 (29.6)	22 (9.7)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 6.987$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.137$$

จากตารางที่ 40 แสดงว่าจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหา เกี่ยวกับความใกล้ชิดคุ้นเคยกับลูกค้ามีน้อยลง

ตารางที่ 41 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับ  
สภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เทียบกับความเข้มงวด  
ในการเก็บภาษีของรัฐ

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	15 (10.6)	41 (29.1)	64 (45.4)	16 (11.3)	5 (3.5)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	14 (16.5)	36 (42.4)	26 (30.6)	5 (5.9)	4 (4.7)	85 (100.0)
รวม	29 (12.8)	77 (34.1)	90 (39.8)	21 (9.3)	9 (4.0)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 8.950$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.062$$

จากตารางที่ 41 แสดงว่าจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนิน  
กิจการอยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหา เทียบกับความเข้มงวดในการเก็บภาษีของรัฐ

ตารางที่ 42 ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่กับสภาพปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ เกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขัน

จังหวัด	ระดับของสภาพปัญหา					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	22 (15.6)	43 (30.5)	55 (39.0)	18 (12.8)	3 (2.1)	141 (100.0)
ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่	28 (32.9)	25 (29.4)	18 (21.2)	13 (15.3)	1 (1.2)	85 (100.0)
รวม	50 (22.1)	68 (30.1)	73 (32.3)	31 (13.7)	4 (1.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 12.964$$

$$(P < 0.05)$$

$$P = 0.011$$

จากตารางที่ 42 แสดงว่าจังหวัดที่มีและไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ มีความสัมพันธ์กับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ในจังหวัดที่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ตั้งอยู่พบว่าส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาเกี่ยวกับการไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.0 และจังหวัดที่ไม่มีร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ดำเนินกิจการอยู่ พบว่าส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.9

ตารางที่ 43 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับ  
ปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ<sup>1</sup>  
ในด้านการมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	24 (31.2)	38 (49.4)	14 (18.2)	1 (1.3)	-	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	51 (34.2)	52 (34.9)	36 (24.2)	9 (6.0)	1 (0.7)	149 (100.0)
รวม	75 (33.2)	90 (39.8)	50 (22.1)	10 (4.4)	1 (0.4)	226 (100.0)

$\chi^2 = 6.722$

P = .151

(P > 0.05)

จากตารางที่ 43 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
เขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านการมีสินค้าให้เลือกซื้อมาก

ตารางที่ 44 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสั่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
พัฒนาร้านค้าปลีกเวลา

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	12 (15.6)	39 (50.6)	23 (29.9)	3 (3.9)		77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	35 (23.5)	55 (36.9)	38 (25.5)	17 (11.4)	4 (2.7)	149 (100.0)
รวม	47 (20.8)	94 (41.6)	61 (27.0)	20 (8.8)	4 (1.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 9.493$$

$$P = 0.050$$

$$(P > 0.05)$$

จากตารางที่ 44 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสั่ง  
สมัยใหม่ในด้านการพัฒนาร้านค้าปลีกเวลา

ตารางที่ 45 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 – 5 ปี	21 (27.3)	29 (37.7)	18 (23.4)	7 (9.1)	2 (2.6)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	58 (38.9)	33 (22.1)	23 (15.4)	25 (16.8)	10 (6.7)	149 (100.0)
รวม	79 (35.0)	62 (27.4)	41 (18.1)	32 (14.2)	12 (5.3)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 11.928$$

$$P = 0.018$$

$$(P < 0.05)$$

จากตารางที่ 45 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือมีความสัมพันธ์กับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในด้านการ  
ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อวิเคราะห์ร้านค้าปลีกแบบ  
ดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการในช่วง 1 – 5 ปี พบว่าส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในระดับมาก คิดเป็น  
ร้อยละ 37.7 และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 5 ปี พบว่าส่วนใหญ่  
ได้รับผลกระทบในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9

ตารางที่ 46 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 – 5 ปี	16 (20.8)	41 (53.2)	19 (24.7)	1 (1.3)	-	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	40 (26.8)	59 (39.6)	33 (22.1)	11 (7.4)	60 (4.0)	149 (100.0)
รวม	56 (24.8)	100 (44.2)	52 (23.0)	12 (5.3)	6 (2.7)	226 (100.0)

$\chi^2 = 9.672$

(P < 0.05)

P = 0.046

จากตารางที่ 46 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือมีความสัมพันธ์กับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในด้านการ  
จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์  
ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการในช่วง 1 – 5 ปี และมากกว่า 5 ปี พบรากурсในญี่ปุ่นได้รับ  
ผลกระทบในระดับมาก ก็ตถูเป็นร้อยละ 53.2 และ 39.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้าน<sup>1</sup>  
ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด และยืนหนา

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทำ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 – 5 ปี	18 (23.4)	38 (49.4)	18 (23.4)	1 (1.3)	2 (2.6)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	54 (36.2)	47 (31.5)	27 (18.1)	18 (12.1)	3 (2.0)	149 (100.0)
รวม	72 (31.9)	85 (37.6)	45 (19.9)	19 (8.4)	8 (2.2)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 14.719$$

(P < 0.05)

$$P = 0.005$$

จากตารางที่ 47 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือมีความสัมพันธ์กับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าส่งสมัยใหม่ในด้านการจัดภายนในร้านกว้างขวาง สะอาด และยืนหนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อวิเคราะห์ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการในช่วง 1 – 5 ปี พบร่วมกันในปัจจัยที่รับผลกระทบในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.4 และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 5 ปี พบร่วมกันในปัจจัยที่รับผลกระทบในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.2

ตารางที่ 48 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
มีสินค้าคุณภาพดี

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 ~ 5 ปี	10 (13.0)	38 (49.4)	27 (35.1)	2 (2.6)	- -	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	17 (11.4)	50 (33.6)	66 (44.3)	10 (6.7)	6 (4.0)	149 (100.0)
รวม	27 (11.9)	88 (38.9)	93 (41.2)	12 (5.3)	6 (2.7)	226 (100.0)

$\chi^2 = 9.128$

(P > 0.05)

P = 0.058

จากตารางที่ 48 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
เขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านการมีสินค้าคุณภาพดี

ตารางที่ 49 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	12 (15.6)	25 (32.5)	33 (42.9)	6 (7.8)	1 (1.3)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	20 (13.4)	48 (32.2)	56 (37.6)	19 (12.8)	6 (4.0)	149 (100.0)
รวม	32 (14.2)	73 (32.3)	89 (39.4)	25 (11.1)	7 (3.1)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 2.876$$

$$P = 0.579$$

(P > 0.05)

จากตารางที่ 49 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านการมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย

ตารางที่ 50 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ<sup>1</sup>  
ด้านการขายสินค้าในภาคต่อ

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระแทบ					MU
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1-5 ปี	22 (28.6)	25 (32.5)	26 (33.8)	3 (3.9)	1 (1.3)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	37 (24.8)	39 (262)	62 (41.6)	10 (6.7)	1 (0.7)	149 (100.0)
MU	59 (26.1)	64 (28.3)	88 (38.9)	13 (5.8)	2 (0.9)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 2.710$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.608$$

จากตารางที่ 50 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง<sup>1</sup>  
สมัยใหม่ในด้านการขายสินค้าในภาคต่อ

ตารางที่ 51 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านช่วง  
เวลาที่เปิดร้านขายสินค้ายากกว่า

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	19 (24.7)	24 (31.2)	28 (36.4)	6 (7.8)	-	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	29 (19.5)	52 (34.9)	54 (36.2)	9 (6.0)	5 (3.4)	149 (100.0)
รวม	48 (21.2)	76 (33.6)	82 (36.3)	15 (6.6)	5 (2.2)	226 (100.0)

$\chi^2 = 3.678$

P = 0.451

(P > 0.05)

จากตารางที่ 51 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านช่วงเวลาที่เปิดร้านขายสินค้ายากกว่า

ตารางที่ 52 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
ที่影响กับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านทำเล  
ที่ตั้งร้านที่เหมาะสม

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกว่าหน้า					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1-5 ปี	19 (24.7)	35 (45.5)	16 (20.8)	7 (9.1)	- -	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	33 (22.1)	66 (44.3)	37 (24.8)	9 (6.0)	4 (2.7)	149 (100.0)
รวม	52 (23.0)	101 (44.7)	53 (23.5)	16 (7.1)	4 (1.8)	226 (100.0)

$\chi^2 = 3.246$

(P > 0.05)

P = 0.517

จากตารางที่ 52 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม

ตารางที่ 53 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสั่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือ<sup>1</sup>  
ต้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกรະทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	18 (23.4)	31 (40.3)	14 (18.2)	9 (11.7)	5 (6.5)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	53 (35.6)	40 (26.8)	22 (14.8)	23 (15.4)	11 (7.4)	149 (100.0)
รวม	71 (31.4)	71 (31.4)	36 (15.9)	32 (14.2)	16 (7.1)	226 (100.0)

$\chi^2 = 6.243$

(P > 0.05)

P = 0.182

จากตารางที่ 53 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค่าสั่ง  
สมัยใหม่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 54 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้าน<sup>1</sup>  
การซื้อเสื้อผ้าขายต่อเนื่อง เช่น การลดราคา การจัดกิจกรรมพิเศษ

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1-5 ปี	26 (33.8)	20 (26.0)	12 (15.6)	15 (19.5)	4 (5.2)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	56 (37.6)	39 (26.2)	19 (12.8)	19 (12.8)	16 (10.7)	149 (100.0)
รวม	82 (36.3)	59 (26.1)	31 (13.7)	34 (15.0)	20 (8.8)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 3.792$$

(P > 0.05)

$$P = 0.435$$

จากตารางที่ 54 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง<sup>1</sup>  
สมัยใหม่ในด้านการซื้อเสื้อผ้าขายต่อเนื่อง เช่น การลดราคา การจัดกิจกรรมพิเศษ

ตารางที่ 55 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการทำเงินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
มีพนักงานบริการตี พุดชาสุภาพ

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	10 (13.0)	34 (44.2)	27 (35.1)	5 (6.5)	1 (1.3)	77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	18 (12.1)	60 (40.3)	48 (32.2)	19 (12.8)	4 (2.7)	149 (100.0)
รวม	28 (12.4)	94 (41.6)	75 (33.2)	24 (10.6)	5 (2.2)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 2.655$$

$$(P > 0.05)$$

$$P = 0.617$$

จากตารางที่ 55 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
ในเขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการทำเงินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ด้านการมีพนักงานบริการตี พุดชาสุภาพ

ตารางที่ 56 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับปัจจัย  
เกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ในเขตภาคเหนือด้านการ  
บริหารจัดการที่ดี

ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	ระดับผลกระทบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1 - 5 ปี	12 (15.6)	38 (49.4)	25 (32.5)	2 (2.6)		77 (100.0)
มากกว่า 5 ปี	20 (13.4)	67 (45.0)	46 (30.9)	9 (6.0)	7 (4.7)	149 (100.0)
รวม	32 (14.2)	105 (46.5)	71 (31.4)	11 (4.9)	7 (3.1)	226 (100.0)

$$\chi^2 = 5.272$$

$$P = 0.260$$

$$(P > 0.05)$$

จากตารางที่ 56 แสดงว่าระยะเวลาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
เขตภาคเหนือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและค้าส่ง  
สมัยใหม่ในด้านการบริหารจัดการที่ดี