



การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อการพัฒนาชุมชน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

Adaptation of Small Retailers for Community Development in
Tongloun Sub-district, Phrao District, Chiang Mai Province.

นิคม ชุมเมือง

Nikhom Chummueang

ทวิช บุญธีรศรี

Tawit Bunthirasmi

การพัฒนาท้องถิ่นแบบบูรณาการ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน
Integrated Local Development Learning Institute For Everyone

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและลักษณะการดำเนินการของร้านค้าปลีก ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาวิธีการปรับตัวของร้านค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัยร่วมที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการและซื้อสินค้า จำนวน 100 ราย ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในตำบลทุ่งหลวงจำนวน 8 ร้านค้าและร้านค้าที่สมัครใจเป็นผู้วิจัยร่วมจำนวน 4 ร้านค้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและแบบประเมินผลความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านบริบทชุมชนตำบลทุ่งหลวง พบว่าประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร และมีชาวบ้านส่วนหนึ่งสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นรายได้เสริม ความเป็นอยู่ของชาวบ้านส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน เป็นไปตามลักษณะชุมชนดั้งเดิม

2. ด้านการปรับตัวของร้านค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชน พบว่าหากร้านค้าปลีกในชุมชนตำบลทุ่งหลวงยังใช้วิธีการในการค้าขายแบบดั้งเดิมอยู่ ก็จะไม่สามารถทำให้ร้านค้าปลีกอยู่รอดได้ ดังนั้นร้านค้าปลีกทุกร้านต้องได้รับการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีก ตามองค์ประกอบที่มีทั้งหมด 6 ด้านได้แก่ 1) ด้านการปรับปรุงร้าน 2) ด้านการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการบริหาร 3) ด้านการสร้างเครือข่ายสมาชิก 4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน 5) ด้านการสร้างเครือข่ายร้านค้าปลีกและ 6) ด้านบริการส่งสินค้า

3. ด้านความพึงพอใจในการปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในตำบลทุ่งหลวง จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า พบว่าภาพรวมความพึงพอใจในการปรับตัวของร้านค้าปลีก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.10 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

คำสำคัญ : ธุรกิจค้าปลีก, การปรับตัวของร้านค้า, การพัฒนาชุมชน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the community context and operating characteristics of retail stores. 2) To study the method of adaptation of retail stores for community development in Thung Luang sub-district, Phrao district, Chiang Mai province. It is an action research in which an action research model is a method of seeking knowledge, population, sample group and co-researcher. The research used in the research consisted of 100 service users and purchasing products, 8 traditional retail stores in Thung Luang Sub-District, and 4 shops that volunteered to be joint researchers. Data collection and analysis by using a questionnaire, interview form, group discussion and satisfaction evaluation form. The results showed that.

1. In the context of the community in Thung Luang Subdistrict It was found that most of the population were engaged in agriculture. and some villagers create community products as additional income The livelihoods of most villagers are in a supportive manner. according to the traditional community

2. Adaptation of retail stores for community development It was found that if the retail stores in Thung Luang Sub-District community Traditional trading methods are still used. will not be able to make retail stores survive Therefore, every retail store needs to be renovated retail business. According to the components that have a total of 6 aspects: 1) store improvement 2) Adopting modern technology in management 3) Building a network of members 4) Building a good relationship with the community 5) Building a network of retail stores and 6) Delivery service.

3. Satisfaction in the adjustment of traditional retail stores in Thung Luang Subdistrict from customers who come to use the service and buy products It was found that the overall satisfaction in the adjustment of the retailers with an average score of 77.10 percent, which was in a very satisfactory condition.

Keywords: retail business, business adaptation, community development

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจพื้นฐานดั้งเดิมของคนไทยที่มีมาช้านานตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี (อิริวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, 2545 หน้า 16) ร้านค้าปลีกตามหมู่บ้านในชุมชน จะขายของจำเป็นทั่วไปทั้งอาหารและของใช้ประจำวัน ร้านค้าปลีกหรือที่เรียกว่าโชห่วย ตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เป็นคำที่มาจากภาษาจีนแต้จิ๋ว แปลว่า สินค้า หรือสิ่งของรวมกัน จึงหมายถึงร้านขายสินค้าทั่วไป (ภัทรารวรรณ สุขกันธ์, 2560 หน้า 3) มีลักษณะเป็นร้านค้าขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน โดยใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่สูงมากนัก มีการบริหารงานกันเองภายในครอบครัว ไม่ซับซ้อน ด้วยการซื้อมาและขายไป ไม่มีการใช้เทคโนโลยี และการบริหารจัดการสมัยใหม่มากนัก มีความสัมพันธ์และความผูกพันกับคนในชุมชนมาช้านาน ชุมชนให้การสนับสนุน ในการซื้อสินค้าด้วยดีตลอดมา การอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน ในลักษณะสำคัญอย่างน้อย 4 ประการคือ 1) เกิดประโยชน์ร่วมกัน และเกิดประโยชน์ต่อชุมชน คือ ช่วยต่อการจับจ่ายซื้อสินค้า ชุมชนได้รับความสะดวกสบาย มีสินค้าใกล้บ้าน เป็นการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางทั้งยังเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินได้เป็นอย่างดี 2) ร้านค้าปลีกยังช่วยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนไปจำหน่ายตลอดจนการรับฝากขายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงของใช้ พืชผักผลไม้ต่าง ๆ เป็นตลาดขายสินค้าชุมชนเล็ก ๆ 3) เป็นสถานที่พบปะพูดคุย สนทนาในแบบสภากาแฟ เป็นศูนย์กลางการสื่อสารการกระจายข่าวเรื่องราวต่าง ๆ และ 4) ช่วยเสียภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีสรรพากร และยังทำให้ชุมชนเกิดความเจริญ เศรษฐกิจหมุนเวียนมีความคล่องตัว และชาวบ้านยังได้ซื้อสินค้าที่มีราคาถูกอีกด้วย

ชุมชนตำบลทุ่งหลวง เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากร 709 หลังคาเรือน จำนวนประชากร 1,757 คน ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตการปกครองของเทศบาลตำบลเวียงฟัว ระยะทางอยู่ห่างจากตัวจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 100 กิโลเมตร สภาพเป็นพื้นที่ราบ อาณาเขตติดต่อกับตัวอำเภอฟัว ระยะทางประมาณ 400 เมตร อาชีพหลักของคนในชุมชนคือ การทำเกษตร และค้าขาย อาชีพเสริมได้แก่ รับจ้างทั่วไป ลักษณะการค้าขายของคนในชุมชนคือ การนำผลผลิตที่ปลูกมาขายให้แก่พ่อค้าที่มารับซื้อ และฝากขายร้านค้าปลีกที่อยู่ในชุมชน รายได้ส่วนใหญ่มาจากการทำการเกษตรเป็นหลัก

สมัยก่อนเศรษฐกิจยังไม่เจริญมากนัก การเดินทางไปมาค้าขายระหว่างอำเภอฟัวกับจังหวัดเชียงใหม่ใช้เวลาถึง 1 วัน ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปหาซื้อสินค้าบางอย่างที่ขาดแคลน ชุมชนตำบลทุ่งหลวงมีร้านขายสินค้า หรือร้านค้าปลีกอยู่ 4 ร้านค้า เป็นร้านค้าเก่าแก่ดั้งเดิม ปัจจุบันร้านขายสินค้าดั้งเดิมต่าง ๆ เหล่านี้ มีการขยายกิจการร้านค้าและเพิ่มเติมสินค้ามากขึ้น ทั้งนี้ร้านค้าปลีกดั้งเดิมได้รับการอุดหนุนจากชุมชนในการซื้อสินค้าด้วยดีตลอดมา ปัจจุบันเศรษฐกิจเติบโตขึ้นตามสภาวะกระแสของความเจริญ มีการขยายตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง ชุมชนตำบลทุ่งหลวง จากเดิมมีร้านค้าปลีกจำนวน 4 ร้านค้า ปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็น 8 ร้านค้าและร้านค้าปลีกที่เปิดขึ้นใหม่จากผู้ประกอบการรายย่อยนี้ได้มีการจำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะคล้ายหรือเหมือนกัน การเพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีกต่าง ๆ ทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันหรือขายสินค้าบางอย่างเหมือนกัน ยังมีร้านค้าที่เป็นธุรกิจกลุ่มทุนใหญ่ได้เข้ามาเปิดธุรกิจร้านค้าปลีกเพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม ที่ดำเนินกิจการค้าขายมาอย่างยาวนาน ทำให้รายได้ลดลง สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ยอดขายลดลง เช่น



ภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง ทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อสินค้าน้อยลง นอกจากนี้ยังมีการขายสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งการขายลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมในหมู่โลกโซเชียล เพราะสินค้ามีราคาถูกและส่งสินค้าถึงบ้าน ถึงแม้ว่าทางรัฐบาลจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ก็เป็นความช่วยเหลือของรัฐส่วนหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นเพียงให้เศรษฐกิจฐานราก ได้ในระยะเวลาที่จำกัดเท่านั้น

ในยุคของการแข่งขันทางการค้าสูง อย่างปัจจุบันธุรกิจร้านค้าปลีกที่เปิดใหม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจ ซึ่งร้านค้าเหล่านี้ มีความโดดเด่น ทันสมัย ทำให้เป็นที่นิยมชมชอบของลูกค้า มีสินค้าครอบคลุมทุกประเภทในราคาที่ถูกลงกว่า มีการบริหารงานด้วยการบริการที่ดี และส่งเสริมการขายด้วยการจัดโปรโมชั่น การบริหารงานแบบครบวงจรทำให้ได้ใจลูกค้า ส่วนร้านค้าปลีกที่อยู่ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งร้านค้าปลีกดั้งเดิมจำนวน 4 ร้านและร้านค้าปลีกเกิดใหม่อีกจำนวน 4 ร้าน นอกจากจะเสียเปรียบในด้านจุดแข็งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แล้ว ยังต้องต่อสู้กับร้านค้าปลีกด้วยกันเอง การแย่งลูกค้า แย่งกันขายสินค้าเพื่อให้ร้านค้าของตนเองมีรายได้ หรือมียอดขายที่เพิ่มขึ้น ไม่เช่นนั้นก็จะอยู่ไม่ได้ และอาจจะไปไม่รอดในอนาคตข้างหน้า ต้องปิดกิจการลงไป และก่อให้เกิดการสูญเสียธุรกิจที่มีประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน ซึ่งร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้นเคยเป็นที่นิยมของคนในชุมชนมาอย่างยาวนานลงได้

การปรับตัวของร้านค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชนให้ผ่านพ้นวิกฤตและสามารถอยู่ได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันกันสูงเช่นนี้ ร้านค้าปลีกต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัว และหาวิธีการแก้ไขสถานการณ์ตามแนวทางที่ทำให้อยู่รอดได้ ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้หนึ่งของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่อยู่ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีร้านค้าปลีกที่ทำธุรกิจคล้ายกันอยู่จำนวน 8 ร้านค้า และมีร้านค้าปลีกที่สมัครใจยินดีทำวิจัยร่วม จำนวน 4 ร้านค้า โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและค้นหาสาเหตุของปัญหา ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่างๆในชุมชน จากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน สภาพปัญหาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกในชุมชนตำบลทุ่งหลวงและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีการปรับตัวของร้านค้าปลีก การปรับปรุงร้านค้าให้อยู่รอดและอยู่ได้ในสังคมชุมชน ศึกษาวิธีการปรับตัวและการปฏิบัติการ ซึ่งร้านค้าปลีกที่วิจัยร่วมต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของงานวิจัยที่ได้ศึกษามาในเบื้องต้น โดยมีเครื่องมือจากการปฏิบัติ ในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงร้านค้า จากการศึกษาและลงพื้นที่ปฏิบัติพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้ร้านค้าปลีกอยู่รอดได้มีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 6 ด้านได้แก่

1) ด้านการปรับปรุงร้านค้า ได้แก่ การปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ของร้านค้า การเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการอย่างดีย่อม ปรับปรุงด้านราคาให้เทียบเท่าคู่แข่งหรือถูกกว่า ปรับปรุงสินค้าให้มีความสะอาด เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ เพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลาย (สุมนา อยู่โพธิ์, 2544.)

2) ด้านการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการบริหารร้านค้า ได้แก่การใช้เครื่องคิดเงิน เครื่องทำบาร์โค้ด กล้องวงจรปิด การใช้อินเทอร์เน็ต ให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารงาน ทั้งการติดต่องาน การซื้อขาย การโอนเงิน รวมถึงการสร้างเพจร้านค้าเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นต้น เพื่อให้เกิดความแม่นยำ มีความรวดเร็ว และประหยัดรายจ่ายขึ้น รวมถึงการใช้ Smart Self, Smart Stock เพื่อให้เข้ากับยุคของการส่งเสริมยุทธศาสตร์ชาติ (ภัทรกร พลพนาธรรม, 2549.)



3) ด้านการสร้างเครือข่ายสมาชิกร้านค้าปลีกโดยการทำบัตรสมาชิก วี ไอ พี ได้รับสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า โดยมีส่วนลดให้ มีการคืนกำไรในรูปแบบการจับรางวัลต่าง ๆ มีโบนัสรายปี เป็นต้น (ดร.เสรี พงศ์พิศ, 2548.)

4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีระหว่างคนในชุมชนกับร้านค้าปลีก นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนและการซื้อขายระหว่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546.)

5) ด้านการเป็นเครือข่ายของกลุ่มร้านค้าปลีก เพื่อผลประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย เช่น การต่อรอง การสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ หรือยี่ปั้วต่าง ๆ เพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลง การแลกเปลี่ยนสินค้า การยืมสินค้าซึ่งกันและกัน (ดร.เสรี พงศ์พิศ, 2548.)

6) ด้าน Home delivery คือ การบริการส่งสินค้าถึงบ้าน เนื่องจากการค้ามีการพัฒนาอยู่เสมอสภาพเศรษฐกิจ สังคม และกระแสโลกาภิวัตน์รุนแรง ร้านค้าปลีกจึงต้องปรับตัวให้ยืดหยุ่นตามความเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอดและเจริญเติบโต (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2547.)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาถึงทางรอดและ การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้อยู่รอดทั้งร้านค้าปลีกและสามารถพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยศึกษาถึงปัญหาแนวทางและกระบวนการต่าง ๆ จากทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ การจัดเวทีสนทนาขึ้นในชุมชน และจากกลุ่มร้านค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบร่วมกัน เพื่อนำมาประกอบการหาข้อสรุปและหาผลลัพธ์ที่ได้ ให้เกิดความชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางนำไปปรับใช้กับร้านค้าปลีก ให้เกิดการพัฒนา สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมั่นคง ยั่งยืนและชุมชนได้ประโยชน์ร่วมกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน และลักษณะการดำเนินการของร้านค้าปลีก ในชุมชน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาวิธีการปรับตัวของร้านค้าปลีก ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชน ในตำบลทุ่งหลวง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ มาใช้ในการแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริงหรือข้อสรุปที่ต้องการ จากนั้นจึงนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการแก้ปัญหาหรือพัฒนางานที่ปฏิบัติ รวมทั้งมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานซึ่งขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการเริ่มต้นด้วยการวางแผนงาน นำแผนไปปฏิบัติและประเมินผลเพื่อให้แผนงานที่มีความเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงในการปฏิบัติงาน



1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ประชากรในตำบลทุ่งหลวง รวม 709ครัวเรือน จำนวน 1,757 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการและซื้อสินค้าจำนวน 200 ราย และ2) กลุ่มผู้ขายสินค้า ได้แก่ร้านค้าปลีกในชุมชนตำบลทุ่งหลวง จำนวน 8 ร้านค้า

1.3 ผู้วิจัยร่วม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกด้วยความสมัครใจจากกลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกมาเป็นผู้วิจัยร่วมมีจำนวน 4 ร้านค้า

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ 2) แบบสอบถาม 3) การสนทนากลุ่มและ 4) แบบประเมินผลความพึงพอใจ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน 8 ร้านค้า ที่ตั้งอยู่ในตำบลทุ่งหลวงข้อมูลที่สัมภาษณ์ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกได้รับผลการทบทวนการเพิ่มขึ้นของร้านค้าต่าง ๆ หรือไม่อย่างไร ร้านค้าปลีกควรพัฒนา ปรับปรุงในยุคของการแข่งขันสูงหรือไม่ เพราะอะไรและควรปรับปรุงร้านค้าในด้านไหนมากที่สุด ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกกี่ปี แนวทางการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างไร การบริหารจัดการร้านค้าปลีกมีลักษณะอย่างไร ร้านค้าปลีกประสบปัญหาอะไรบ้าง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน แนวทางการส่งเสริมการขายและข้อเสนอแนะในการปรับตัวของร้านค้าปลีก

3.2 แบบสอบถาม เป็นการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่เป็นลูกค้าของร้านค้าที่สนใจเป็นผู้วิจัยร่วมทั้ง 4 ร้านค้า โดยให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามจำนวนร้านค้าละ 25 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 100 ราย ประกอบด้วยข้อมูลการใช้บริการร้านค้าปลีก ความคิดเห็นในการร่วมจำหน่ายสินค้ากับร้านธงฟ้า ความคิดเห็นต่อโครงการร้านธงฟ้ากับความจำเป็นของลูกค้า ความคิดเห็นในการปรับปรุงร้านค้าปลีกเพื่อให้มีการเป็นสมาชิกหรือถือหุ้นร่วม ความคิดเห็นในการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนและฝากขายสินค้าและความพึงพอใจต่อร้านค้าปลีกในชุมชน

3.3 การสนทนากลุ่ม 5-7 คนประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน ผู้คนในชุมชน การจัดสนทนากลุ่ม เป็นการสนทนาแบบสภากาแฟ ที่ไม่เน้นรูปแบบโดยใช้เพียงประเด็นในการพูดคุยเกี่ยวกับ ปัญหาผลกระทบและความต้องการในการปรับตัวของร้านค้าปลีกในชุมชน เพื่อให้ทราบถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

3.4 แบบประเมินผลความพึงพอใจ ในการปรับตัวของร้านค้าปลีกในชุมชนตามเกณฑ์ประเมิน 19 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1)ความพอใจในคุณภาพสินค้า 2) พพอใจในราคาสินค้า 3) พพอใจในการบริการลูกค้า 4) พพอใจในความหลากหลายของสินค้า 5) พพอใจในการจัดระเบียบและหมวดหมู่สินค้า 6) พพอใจในความสะดวกกับการคิดเงิน 7) พพอใจในความถูกต้องของราคาสินค้า 8) พพอใจในชีวิตและทรัพย์สินกับระบบวงจรปิด 9) พพอใจสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า 10) พพอใจในส่วนลดและการคืนกำไรลูกค้า 11) พพอใจรูปแบบการจับรางวัลและโบนัสปลายปี 12) พพอใจในการรับฝากขายสินค้าชุมชน 13) พพอใจในการร่วมกิจกรรมกีฬาต่างๆ 14) พพอใจในการร่วมกิจกรรมงานบุญ 15) พพอใจในการแลกเปลี่ยนสินค้า 16) พพอใจในการฝากซื้อสินค้า



17) พอใจด้านข้อมูลข่าวสาร 18) พอใจในการบริการส่งสินค้าถึงบ้านและ 19) พอใจในการดูแลสินค้าในการจัดส่ง โดยให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า ภายในร้านค้าของผู้วิจัยรวมทั้ง 4 ร้านค้า เป็นผู้ประเมิน หลังจากมีการปรับปรุงร้านค้า จำนวนร้านค้าละ 25 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 100 ราย

4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ร้านค้าปลีกในชุมชน ทั้ง 8 ร้านค้า ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบถึงแนวทางการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก รวมถึงปัญหา ข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอพรวัว จังหวัดเชียงใหม่

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าปลีกทั้ง 4 ร้านค้าที่เป็นผู้วิจัยร่วม ผู้วิจัยวิเคราะห์จากข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ต่อการปรับปรุงร้านค้าปลีกตามองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน เพื่อนำไปสู่แผนการปฏิบัติการวิจัย

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม หรือ สนทนาสาक्षा จากกลุ่มหาคนในพื้นที่ พูดคุยถึงปัญหาของร้านค้าปลีกในชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้น และข้อเสนอแนะ แนวทางให้ร้านค้าปลีกอยู่รอดได้ท่ามกลางสถานการณ์ที่มีการแข่งขันทางการค้าที่สูง โดยได้บันทึกข้อมูลจากข้อคิดเห็น และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

4.4 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ ในการปรับตัวของร้านค้าปลีกในชุมชนทั้ง 4 ร้านค้าที่เป็นผู้วิจัยรวมทั้ง 19 ตัวชี้วัด โดยจัดเก็บข้อมูลหลังจากมีการปรับปรุงร้านค้าให้เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านแล้ว ผู้วิจัยจึงจัดเก็บข้อมูลประเมินความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกในชุมชนอีกจำนวนร้านค้าละ 25 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 100 รายและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ซ้ำอีกครั้งหนึ่ง

การแปรผลจากคะแนนที่ได้ คิดเป็น ร้อยละ จากคะแนนรวมที่ได้ทั้งหมด

คะแนน 80-100 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 70-79 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

คะแนน 60-69 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนน 50-59 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนต่ำกว่า 50 ควรปรับปรุงและแก้ไข

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอพรวัว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลักษณะการดำเนินงานของร้านค้าปลีกในชุมชน ตำบลทุ่งหลวง จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน จำนวน 8 ร้าน ที่ตั้งอยู่ในชุมชนตำบลทุ่งหลวง

มีการเปิดกิจการแบบดั้งเดิมคือขายสินค้าแบบครบวงจร ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ได้แก่ประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ด เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องมือช่างและอุปกรณ์การเกษตร โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มร้านค้าปลีกดั้งเดิมซึ่งเปิดกิจการมาเป็นเวลา 7-20 ปีและกลุ่มร้านค้าปลีกซึ่งเป็นกลุ่มทุนรายใหม่



1) ร้านค้าปลีกดั้งเดิม พบว่าได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการเพิ่มขึ้นของร้านค้าที่เป็นกลุ่มทุนใหม่และผู้ประกอบการกลุ่มทุนใหญ่ที่ขยายกิจการเข้ามาเปิดกิจการในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ร้านค้าปลีกดั้งเดิมจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาเพื่อความอยู่รอด โดยยึดชุมชนเป็นหลักในการปรับตัว พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ยอมรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านค้าปลีกให้ทันสมัยแต่เอากำไรน้อย โดยถือคติว่า *ผู้ซื้ออยู่ได้ผู้ขายอยู่รอด* อีกทั้งยังมีแนวคิดการร่วมมือเป็นเครือข่ายร้านค้าปลีกในชุมชนเพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองการซื้อและการขายสินค้าอีกด้วย

2) ร้านค้าปลีกที่เป็นกลุ่มทุนใหม่ พบว่าการเพิ่มขึ้นของร้านค้าของกลุ่มทุนใหม่ที่เข้ามาเปิดกิจการในชุมชน ไม่มีผลกระทบมากนัก เนื่องจากร้านค้าปลีกกลุ่มนี้เป็นกลุ่มทุนที่เข้ามาเปิดกิจการใหม่ มีหลักการพัฒนาร้านค้าที่ได้รับการปรับตัวตามกระแสความต้องการของลูกค้าให้มีความทันสมัย และไม่มีแนวคิดการร่วมเป็นเครือข่ายร้านค้าปลีกโดยให้เหตุผลว่า *ต่างมีเทคนิคการขายเป็นของตนเอง ทุกร้านต่างเอาตัวรอดเหมือนกัน*

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้หาอาสาสมัครจากกลุ่มร้านค้าปลีกเพื่อค้นหาทางรอดและการปรับตัว เพื่อการแก้ปัญหา พร้อมทั้งศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยผู้วิจัยได้ใช้ความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกมาเป็นผู้วิจัยร่วมจำนวน 4 รายได้แก่ 1) ร้านนิคมเซ็นเตอร์ 2) ร้านเอ็มอิงเจริญ 3) ร้านทองใบสินคำราคาถูกและ 4) ร้านพร้าวสด เป็นผู้วิจัยร่วมเพื่อร่วมกันศึกษาปัญหาและค้นหาคำตอบในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร่วมกันออกแบบสอบถามเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงร้านค้าให้สอดคล้องกับแนวคิดในการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก และความต้องการของชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลที่เป็นแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุดโดยแบ่งให้ผู้วิจัยร่วมเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน ร้านละ 25 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้แต่ละร้านมาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยแต่ละร้านนำข้อมูลที่ได้กลับไปปรับปรุงร้านค้าและพัฒนาให้อยู่ร่วมกับชุมชนได้ ตามแนวคิดการปรับตัวเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก ภายในระยะเวลาที่กำหนดร่วมกัน คือ 4 เดือน เมื่อผู้วิจัยร่วมทั้ง 4 ร้านค้าได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการจัดเก็บข้อมูลตามแบบประเมินความพึงพอใจในการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกเพื่อพัฒนาชุมชน จากลูกค้าอีกจำนวน 100 ชุด โดยแบ่งให้ผู้วิจัยร่วมเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน ร้านละ 25 ชุด และนำคะแนนจากแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้ามาหาค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน (วิธีคิด : คะแนนรวมที่ได้หารจำนวนผู้ตอบ) และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปร่วมกันอีกครั้ง จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าของผู้วิจัยร่วมทั้ง 4 ร้านพบว่าร้านค้าปลีกในชุมชนจากเดิมที่เน้นการขายสินค้าและบริการ หลังจากที่ได้ทำการปรับปรุงร้านค้าปลีกตามองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านและได้ประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า พบว่าร้านค้าปลีกทั้ง 4 ร้านที่เป็นผู้วิจัยร่วมได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนมากขึ้นด้วยการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายเป็นการสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นและยังจัดพื้นที่บริเวณหน้าร้านเพื่อให้เกษตรกรได้นำผลผลิตด้านการเกษตรของคนในชุมชนมาจำหน่ายได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย โดยการประเมินความพึงพอใจในการปรับตัวของร้านค้าปลีก จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า เป็นผู้ประเมินนั้น พบว่าภาพรวมความพึงพอใจในการปรับตัวของร้านค้าปลีก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.10 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก



อภิปรายผลการวิจัย

การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อการพัฒนาชุมชน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่ ในยุคของการแข่งขันทางการค้าที่สูงอย่างปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีอยู่ในชุมชนได้รับผลกระทบและจำเป็นต้องเลิกกิจการร้านค้าปลีกได้ในที่สุด เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกจากกลุ่มทุนใหม่และกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในหลายพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ที่กล่าวว่าความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมือง ที่พัฒนาไปตามเศรษฐกิจของประเทศ และกระแสโลกที่เปลี่ยนไป ก่อเกิดธุรกิจสมัยใหม่ที่มีการบริหารจัดการร้านค้าปลีกที่ทันสมัย ทำให้ได้รับความนิยมชมชอบจากลูกค้าและประชาชนทั่วไป พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงโดยหันมานิยมความทันสมัยของธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ ทำให้สภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้บริโภคส่วนหนึ่งเปลี่ยนไป สำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ยังดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกซึ่งต่อสู้กับสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้บริโภค และต่อสู้กับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีกำลังทุนที่มากกว่า จึงส่งผลกระทบอย่างหนักในการแย่งลูกค้า การแข่งขันกันขายสินค้าและลดราคาสินค้าที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงเป็นการหาทางออกของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้อยู่รอด คือการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกเพื่อต่อสู้กับการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัช สงวนวงษ์วาน (2547) ที่กล่าวว่าการปรับตัว เป็นทางออกอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังดำรงอยู่ได้โดยการรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการดั้งเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ขึ้นเรื่อยๆ ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก โดยเฉพาะเรื่องบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าผลที่ได้จากการวิจัยยืนยันได้ว่าร้านค้าปลีกในชุมชนตำบลทุ่งหลวง อำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่ สามารถดำเนินกิจการร้านค้าปลีกให้อยู่รอดและพัฒนาชุมชนได้อย่างมั่นคงยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาร้านค้าอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับยุคของธุรกิจสมัยใหม่ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
2. การปรับตัวของร้านค้าปลีก ถึงแม้จะได้รับการปรับปรุงและพัฒนาแล้ว สิ่งสำคัญที่ไม่ควรละเลย และต้องทำอย่างต่อเนื่องคือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน เพราะคนในชุมชนคือลูกค้าที่ช่วยให้ร้านค้าปลีกดำรงความยั่งยืนทางธุรกิจของร้านค้าปลีกในชุมชนอยู่ได้อย่างมั่นคงและยาวนาน
3. ภาครัฐควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมด้านความรู้ในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพ ให้ร้านค้าปลีกสามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมของธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมดำเนินกิจการอยู่คู่กับชุมชนต่อไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกเพื่อการพัฒนาชุมชน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากระบวนการในการสร้างเครือข่ายผู้ค้าปลีกเพื่อการพัฒนาชุมชน



บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2551). **ระเบียบกรมพัฒนาธุรกิจการค้าว่าด้วยทุนส่งเสริมร้านค้าชุมชน พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กฤษณ์ ทักจุฬา. (2558). **ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารวิชาการ, 3(2), 108.
- โกวิทย์ กุลวิเศษ. (2558). **บทบาทร้านค้าชุมชน: กรณีศึกษา ตำบลหินตั้ง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น, วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น**.
- จิตาภา ชนาธินาถ. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าร้านค้าปลีกประเภทโชห่วย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชมณัฐ แสงจันทร์. (2554). **การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมภายหลังได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาภรณ์ แสงทอง และคณะ. (2555). **ผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ภัทรกร พลพนาธรรม. (2549). **การบริหารค้าปลีกและค้าส่ง**. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ลำพูน ป้องขัน. (2546). **การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- _____. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- เสรี พงศ์พิศ. (2547). **ร้อยคำที่ควรรู้**. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และคณะ. (2554). **ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม(ร้านโชห่วย)ปัญหาและทางแก้ไข**. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). **การบริหารการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.