ศักยภาพและแนวโน้มการจัดการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ

Potential and Prospect of Retail Business Management in Kukhan District, Srisaket Province

ณัชฐปกรณ์ สีหะวงษ์สกุล และ รพีพร โสภากุล
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
Natthapakon Seehawongsakun and Rapeeporn Sopakul
Sisaket Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail : rapeeporn.s@sskru.ac.th

****

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ (2) เพื่อศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้การจัดการธุรกิจค้าปลีก ในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 45 ราย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมาแล้ว 5-10 ปี ทำเลที่ตั้งของร้านค้าจะอยู่ติดกับถนนใหญ่ แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ใช้เงินส่วนตัว และใช้เงินลงทุนในการดำเนินกิจการตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ดังนั้น ร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ ควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับสภาพที่เปลี่ยนไปทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง แหล่งเงินทุนและเงินทุนที่ลงทุนในกิจการ ร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษเป็นร้านค้าขนาดเล็ก ขายสินค้าสะดวกซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเล็กๆ อาจจะเป็นร้านค้าแผงลอย ผู้ประกอบกิจการต้องมีการปรับตัวในด้านทำเลที่ตั้ง การออกแบบ ร้านค้า การจัดวางสินค้า ราคาและการส่งเสริมการจำหน่าย

ด้านการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้อยู่รอดภายใต้สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีการปรับตัวทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการปรับขนาดของธุรกิจร้านค้า เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและสามารถอยู่ได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันด้านธุรกิจสูงขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องปรับตัว มีแนวทางการปรับตัว ดังนี้ การสร้างความเข้าใจกับลูกค้าเกี่ยวกับการหาผลิตภัณฑ์มาจัดจำหน่ายตามความต้องการของลูกค้า เทคนิคการ

* วันที่รับบทความ: 27 กุมภาพันธ์ 2565; วันแก้ไขบทความ 19 มีนาคม 2565; วันตอบรับบทความ: 22 มีนาคม 2565
Received: February 27, 2022; Revised: March 19, 2022; Accepted: March 22, 2022

บริหารแบบสมัยใหม่ การจัดรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย สะดวก เหมาะกับการหาสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ การเปิด-ปิดร้านต่างเวลากับร้านค้าอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เป็นต้น

คำสำคัญ: ศักยภาพ; การจัดการ; ธุรกิจค้าปลีก

Abstracts

This study has the following objectives (1) To study the potential of retail business operators in the Kukhan district of Sisaket (2) To study the trend of retail business management possibilities in the Kukhan district of Srisaket.

The sample group used for the research was 45 entrepreneurs of retail store in the Kukhan district of Srisaket Province. As a result of the study, most of entrepreneurs of retail store business are female, aged 25 or older, graduated from high school, and have been in business for 5 to 10 years, and the location of the store is next to the main street, and most of the operating funds are used for private funds and operating funds of 50,000 Baht or more. So, the ways to survive under the economic downturn of retail business in Khukhan District, Sisaket Province, should be reorganized into small stores selling convenience goods in response to changes in gender, age, education level, business period, location, financial resources and funds invested in Khukhan District, Sisaket Province, It is a small store selling convenience goods to respond the needs of a small group of consumers, It might be a floating-panel store, and the operator must adjust in terms of location, design, store, layout, price and promotion.

In terms of business adjustment, in order to survive under the economic downturn of retail business in Khukhan District, Sisaket Province, it was found that retailers have adjusted about productivity, service, price, marketing promotion and scalability of the store business to match the current economic conditions and to continue operations in a more competitive environment of current and future. Therefore, retailers must adapt to the following guidelines: building customer understanding of finding products to be distributed according to customer needs, modern management techniques, modernizing, convenient, suitable for finding categorical items and opening / closing - time must be different from other nearby stores, etc.

Keywords: Potential; Management; Retail business

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมา การจับจ่ายใช้สอยเพื่อเลือกซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นมีไม่มาก ผู้บริโภคนิยมมุ่งตรงไปยังร้านค้าปลีกในรูปแบบห้องแถว ซึ่งมักจะอยู่บริเวรถนนใกล้ตลาด หรือปากซอย ไม่ติดแอร์ และมีคนขายคอยหยิบสินค้าที่ต้องการให้ ต่อมาเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป จากยุคการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) มาสู่ยุคไฮเทคหรือ “ยุคโลกาภิวัตน์” (Globalization) ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น มาตฐานการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนเมืองหรือนอกชุมชนเริ่มดีขึ้น ผู้บริโภคมีความรู้และมีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะได้รับการ

บริการและสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตฐาน ที่สำคัญไปกว่านั้นยุคนี้เป็นยุคที่เวลาเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสูงขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของร้านค้าซึ่งมีหลายรูปแบบ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันจึงมีความแตกต่างกับอดีตอย่างสิ้นเชิง ผู้ค้าปลีกสมัยใหม่ต้องมีความรู้ในตัวสินค้า มีความรู้ในการจัดการร้านค้า การจัดวางสินค้าในร้าน การเลือกสินค้าเข้าร้าน การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การป้องกันการสูญหาย ตลอดจนการหาทำเลที่ตั้งร้านค้า และทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมผู้บริโภค

การค้าปลีกถือเป็นส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ. 2564 ธุรกิจค้าปลีกมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพิ่มขึ้น 2.9% จากไตรมาสที่ 3 ที่มีการขยายตัวที่ 2.7% (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) อุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศไทยมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง จากอดีตที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิม เช่น โชห่วย ร้านขายของชำ เคยมีส่วนแบ่งตลาดถึง 75% ในปี 2544 มาเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่แซงขึ้นมามีส่วนแบ่งตลาด 61% ในปี 2556 ซึ่งการค้าปลีกทั้งสองแบบล้วนเป็นธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563 : ออนไลน์)

ร้านค้าปลีกลักษณะนี้มักมีผู้ประกอบการเป็นนายทุนรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก และเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ จึงมีอำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่สามารถตั้งราคาที่ถูกกว่าแบบดั้งเดิม รวมถึงการขยายสาขาเพื่อเข้าถึงฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและมีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าหลายประเภทพร้อมกันจากร้านค้าแห่งเดียว โดยประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มักแบ่งตามขนาดพื้นที่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และประเภทสินค้าที่แตกต่างกัน ทำให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กหรือธุรกิจค้าปลีกรายย่อยต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่รุนแรง และได้รับผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ ทั้งด้านต้นทุน การบริหารจัดการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน(กรุงเทพธุรกิจ, 2563 : ออนไลน์)

จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของร้านค้าปลีกที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการปรับตัวทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจในอนาคต และสามารถพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกของตนเองได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการปรับตัวของร้านค้าปลีกในเขตขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ

2. เพื่อศึกษาการปรับตัวด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกในเขตขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ้รานค้าปลีก 75 ราย ในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2562 : ออนไลน์)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 45 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น ใช้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ เคร็จซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan 1970 : 607-610)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยค้นคว้าจากเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง แหล่งเงินทุน และจำนวนของเงินทุน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการปรับตัวของร้านค้าปลีก ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้า ด้านการบริการ ด้านราคาสินค้า ด้านการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการปรับขนาดของธุรกิจ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

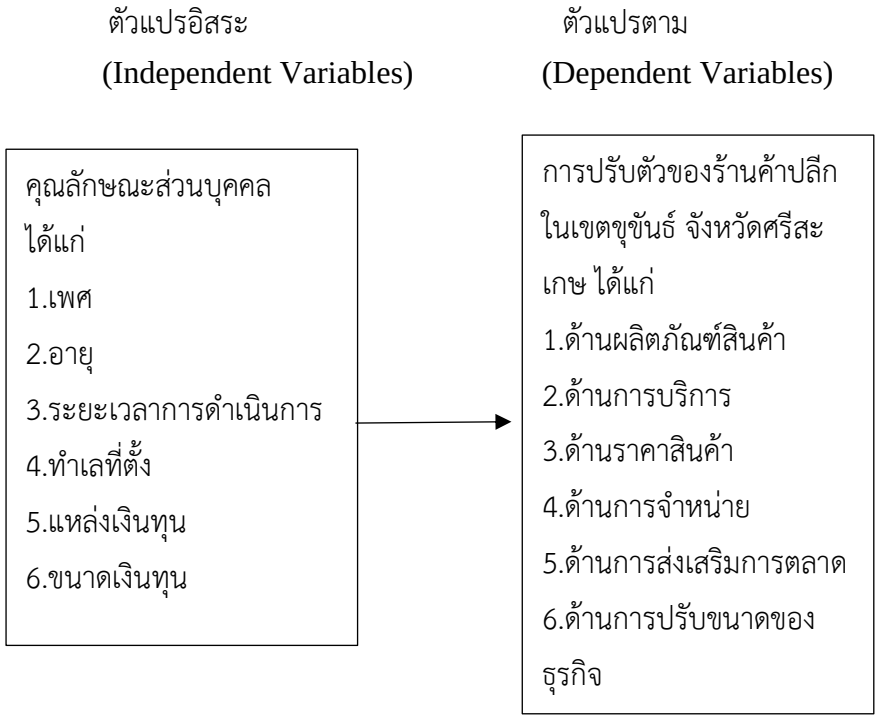
1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม คือ การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้วิธีหาค่า Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test และค่า F-test

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาการดำเนินการ ทำเลที่ตั้ง แหล่งเงินทุน และขนาดเงินทุน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกด้านผลิตภัณฑ์สินค้า ด้านการบริการ ด้านราคาสินค้า ด้านการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการปรับขนาดของธุรกิจ ของร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ และได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ของเรื่องดังกล่าว โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ประกอบด้วยข้อมูล ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้าปลีก พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 เพศชาย 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 มีอายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมา คือ อายุอยู่ในช่วง 25-40 ปี และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 มีระดับการศึกษาอยู่ใน

ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 รองลงมา คือ ระดับประถมศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเป็นเวลา 5-10 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมา คือ 11-15 ปี และ 16-25 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่ จำนวน 26 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 57.80 รองลงมา คือ อยู่ในชุมชนแออัด จำนวน 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35.60 มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการส่วนใหญ่เป็นเงินทุนส่วนตัว จำนวน 32 ราย คิดเป็นเงินร้อยละ 71.10 รองลงมา คือ เงินกู้จากสถาบันการเงิน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.20 และใช้เงินทุนเริ่มต้นที่ 150,001-200,00 บาทและ มากกว่า 200,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.60 รองลงมา คือ 100,001-150,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ทั้ง 6 ด้าน

การปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ	$\overline{X}$	**S.D.**	**ระดับ**
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	0.92	มาก
2. ด้านการบริการ	3.72	0.98	มาก
3. ด้านราคาสินค้า	3.50	0.99	ปานกลาง
4. ด้านการจัดจำหน่าย	3.34	1.08	ปานกลาง
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.96	1.25	ปานกลาง
6. ด้านการปรับขนาดของธุรกิจ	3.12	1.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

การปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.67) โดยทางร้านจะมีสินค้าที่มีตราสินค้าที่เป็นนิยมในท้องตลาดไว้ที่ร้าน ($\overline{X}$=3.91) รองลงมา คือ ร้านมีสินค้าที่หลากหลายชนิดและหลายขนาดไว้ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ ($\overline{X}$=3.71)

การปรับตัวด้านการบริการ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.72) โดยทางร้านจะทำการตรวจสอบสินค้าก่อนจำหน่ายให้กับลูกค้า เช่น วันหมดอายุ ($\overline{X}$=4.13) รองลงมา คือ ร้านจะให้การต้อนรับลูกค้าเป็นอย่างดีเมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน ($\overline{X}$=4.02)

การปรับตัวด้านราคาสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคาสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=3.50) โดยร้านจะทำการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับร้านอื่นๆ และจำหน่ายให้กับลูกค้าในราคายุติธรรม ($\overline{X}$=3.80) และนอกจากนี้ยังมีโปรโมชั่นในการลดราคาสินค้าให้กับลูกค้า ($\overline{X}$=3.49)

การปรับตัวด้านการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินการด้านการจัดจำหน่ายสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=3.34) โดยทางร้านมีการจำแนกสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อของลูกค้า ($\overline{X}$=3.98) รองลงมา คือ มีการจัดบรรยากาศภายในร้านให้มีความเหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้า ($\overline{X}$=3.60)

การปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=2.96) โดยร้านมีรายการลดราคา เพื่อส่งเสริมการขาย ($\overline{X}$=3.13) รองลงมา คือ ร้านค้ามีการส่งบัตรกำนัล บัตรอวยพรแก่ลูกค้า และร้านค้ามีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น($\overline{X}$=2.98)

การปรับตัวด้านการปรับขนาดของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจด้านการปรับขนาดของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=3.12) โดยในภาวะที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองทางร้านจะมีการเพิ่มทุนขึ้น ($\overline{X}$=3.51) แต่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจซบเซาทางร้านมีการลดค่าใช้จ่ายลง เช่น การลดพนักงาน ($\overline{X}$=3.24) และมีการลดขนาดของธุรกิจลง คือ ไม่ขยายสาขาเพิ่ม

อภิปรายผลการวิจัย

การปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้อยู่รอดภายใต้สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องมีการปรับตัวทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการปรับขนาดของธุรกิจร้านค้า เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและสามารถอยู่ได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันด้านธุรกิจสูงขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งการค้าปลีกจะประสบความสำเร็จได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับหลายๆ ปัจจัยทั้งการบริการ สินค้าที่มีคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องปรับตัวมีแนวทางการปรับตัว ดังนี้ การสร้างความเข้าใจกับลูกค้าเกี่ยวกับการหาผลิตภัณฑ์มาจัดจำหน่ายตามความต้องการของลูกค้า เทคนิคการบริหารแบบสมัยใหม่ การจัดรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย สะดวก เหมาะกับการหาสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ การเปิด-ปิดร้านต่างเวลากับร้านค้าอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เป็นต้น

จากผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีความสอดคล้องกับงานวิจัย ของ กิตติกร ไสยรินทร์ (2562 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและการปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลเชิงสำรวจกับร้านค้าปลีกดั้งเดิม จำนวน 50 ร้าน และสัมภาษณ์เชิงลึกกับร้านค้าปลีกดั้งเดิม จำนวน 10 ร้าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เชิงสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาศักยภาพของร้านค้าปลีกดั้งเดิม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ สมาชิกในครอบครัว 3-4 คน สิทธิ์ในการถือครองร้านเป็นเจ้าของกิจการเอง ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ 10 ปีขึ้นไป ไม่มีการจ้างแรงงาน ประเภทสินค้าหลักที่ขาย คือ สินค้าอุปโภคและบริโภค เปิดให้บริการ 9-12 ชั่วโมงต่อวัน ที่ตั้งของร้านติดถนนใหญ่ลักษณะของร้านไม่มีแอร์ เปิดโล่ง ลูกค้าสามารถจอดรถได้ 1 คัน มีการจัดส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) ผลกระทบที่มีต่อกิจการร้าน ในปัจจุบัน คือ ลูกค้าลดลง มียอดขายโดยประมาณ 1,001-3,000 บาท/วัน กำไรต่อเดือนโดยเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท การขยายตัวของร้านค้าปลีกต่างชาติส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรลดลง ในละแวกร้านค้ามีร้านค้าปลีกดิสเคานท์สโตร์ คือ 7-11 มีระยะห่างประมาณ 1-2 กิโลเมตร มีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน คือเป็นผู้สนับสนุนงานประเพณีท้องถิ่น/กีฬา และผลการศึกษาการปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิม พบว่า ในภาพรวมมีระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน มีการปรับตัวในระดับมาก และด้านสารสนเทศเทคโนโลยี ด้านการเงิน ด้านการตลาด มีการปรับตัวระดับปานกลาง จากการสัมภาษณ์ร้านค้าปลีกดั้งเดิม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการในครอบครัว มีเงินทุนเป็นของตนเอง ลูกค้าอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงร้าน ไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ มีการควบคุมต้นทุนขาย มีพื้นที่ใช้สอยน้อย การบริหารกิจการแบบง่ายๆ ไม่มีการจ้างแรงงานเพิ่มเติม ปัจจุบันยอดขายของร้านค้าปลีกดั้งเดิมลดลง เนื่องจากผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อที่ทันสมัย และร้านค้าปลีกดั้งเดิมมีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบวิธีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกทางด้านการทำงานเป็นทีมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติกร ไสยรินทร์. (2562). สถานการณ์ของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ.* 6 (2), 390-391.

กรุงเทพธุรกิจ.(2563). การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก. *ออนไลน์.* สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2565. แหล่งที่มา: https://www.bangkokbiznews.com/business/899946

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2562). รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดศรีสะเกษ ไตรมาส 3 ปี 2562. *ออนไลน์.* สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2565. แหล่งที่มา: https://www.bangkokbiznews.com/business/899946

Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970).“Determining Sample Size for Research Activi- ties” *Educational and Psychological Mea- surement.* 30, 607 – 610.