



โครงการประชุมวิชาการ  
เครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน  
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2559

ณ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



คำสั่งคณะกรรมการมนุษยศาสตร์

ที่ 262/2558

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการการประชุมวิชาการระดับชาติ โครงการประชุมวิชาการเครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ระดับชาติ ครั้งที่ 1

ด้วยภาควิชามนุษยสัมพันธ์ ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กำหนดจัดประชุม โครงการประชุมวิชาการเครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ระดับชาติ ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 5 – 8 กุมภาพันธ์ 2559 ณ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การทำวิจัยด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และนักศึกษาระดับปริญญาตรี, โท และเอก และเพื่อพัฒนาเครือข่ายศึกษาวิจัย และความสัมพันธ์การจัดการชุมชนของคณาจารย์ และนักศึกษา 3 สถาบัน

ฉะนั้น เพื่อให้การดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ คณะมนุษยศาสตร์ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2551 ประกอบกับข้อ 6 และข้อ 23 แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่าด้วยชื่อตำแหน่ง คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่ง วาระการดำรงตำแหน่ง การพ้นจากตำแหน่ง และอำนาจและหน้าที่ของรองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี หัวหน้าส่วนงาน รองหัวหน้า ส่วนงาน และตำแหน่งบริหารอื่นในส่วนงานวิชาการและส่วนงานอื่น พ.ศ.2554 ขอแต่งตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการการประชุมวิชาการระดับชาติ ประกอบด้วยบุคคลตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษา
  1. คณบดีคณะมนุษยศาสตร์
  2. รองคณบดีฝ่ายบริหาร
  3. รองคณบดีฝ่ายวิจัยและวิเทศสัมพันธ์
  4. ผู้ช่วยคณบดี

/ 2. คณะกรรมการ .....

## 2. คณะกรรมการดำเนินการ

1. รองคณบดีฝ่ายวิจัยและเทคโนโลยีสัมพันธ์	ประธานคณะกรรมการ
2. หัวหน้าภาควิชามนุษยสัมพันธ์	รองประธานคณะกรรมการ
3. รองศาสตราจารย์จรรุจน์ท์ เซาว์นดี	กรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ปรีชา วงศ์ทิพย์	กรรมการ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ คิธิรัมย์	กรรมการ
6. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล	กรรมการ
7. อาจารย์ทรงสุตา ภู่ว่าง	กรรมการ
8. อาจารย์ทรงพันธ์ ต้นตระกูล	กรรมการ
10. อาจารย์ณภัทร วิศวะกุล	กรรมการ
11. อาจารย์ปรีวิทย์ ไวทยาชีวะ	กรรมการ
12. นางสาวสุณีมาศ โนรี	กรรมการ
13. เลขานุการคณะมนุษยศาสตร์	กรรมการ
14. หัวหน้างานการเงิน การคลังและพัสดุ	กรรมการ
15. หัวหน้างานนโยบายและแผนและประกันคุณภาพการศึกษา	กรรมการ
16. หัวหน้างานบริการการศึกษาและพัฒนาคุณภาพนักศึกษา	กรรมการ
17. หัวหน้างานบริหารทั่วไป	กรรมการ
18. หัวหน้างานบริหารงานวิจัย บริการวิชาการและเทคโนโลยีสัมพันธ์	กรรมการ
19. หัวหน้าหน่วยการเงินและบัญชี	กรรมการ
20. หัวหน้าหน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศ	กรรมการ
21. หัวหน้าหน่วยรักษาความปลอดภัยและยานพาหนะ	กรรมการ
22. หัวหน้าหน่วยอาคารสถานที่และสาธารณูปการ	กรรมการ
22. นางสาวรพีพรรณ จรัส	กรรมการ
23. อาจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร	กรรมการและเลขานุการ
24. นางสาวกัลยา มโนรมย์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

### หน้าที่

- ควบคุม ดูแลการดำเนินงานประชุมฯ ให้สำเร็จลุล่วง เป็นไปตามวัตถุประสงค์
- ดำเนินการและประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

/ 2. คณะอนุกรรมการ .....

### 3. คณะอนุกรรมการฝ่ายพิจารณาบทความ

- |                                       |                     |
|---------------------------------------|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัฉรา สโรบล  | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. อาจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร      | รองประธานฯ          |
| 3. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล       | อนุกรรมการ          |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ศิขิรัมย์ | อนุกรรมการ          |
| 5. อาจารย์ทรงสุตา ภู่ว่าง             | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- รับผิดชอบและบทความ
- พิจารณาบทความที่จะนำเสนอในการประชุม
- ประสานงานกับผู้วิพากษ์และผู้เขียนบทความ
- งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

### 4. คณะอนุกรรมการฝ่ายเอกสาร

- |                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ทรงสุตา ภู่ว่าง        | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. อาจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร | อนุกรรมการ          |
| 3. นางสาวกัลยา มโนรมย์           | อนุกรรมการ          |
| 4. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน  | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- รวบรวมบทความที่จะเสนอในการประชุมวิชาการ
- เตรียมเอกสารประกอบการประชุมวิชาการ
- ประสานงานกับผู้วิพากษ์และผู้เขียนบทความ
- ประสานงานกับสำนักพิมพ์
- ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 5. คณะอนุกรรมการฝ่ายพิธีการ ฝ่ายสถานที่ และนิทรรศการ

- |                                    |                     |
|------------------------------------|---------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์จารุพันธ์ เชาวนดี | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. อาจารย์ณภัทร วิศวะกุล           | อนุกรรมการ          |
| 3. อาจารย์ปรีวิทย์ ไวทยาชีวะ       | อนุกรรมการ          |
| 4. นางสาวกัลยา มโนรมย์             | อนุกรรมการ          |
| 5. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน    | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- ดูแลอำนวยความสะดวก การต้อนรับองค์ปาฐก แขกรับเชิญ และผู้เข้าร่วมประชุม

/ - จัดนักศึกษา .....

- จัดนักศึกษาสำหรับช่วยฝ่ายต้อนรับ
- ดูแลจัดการกิจกรรมพิเศษสำหรับแขกรับเชิญ และผู้เข้าร่วมประชุม
- ประสานงานจัดเตรียมสถานที่จัดการประชุม และจัดเตรียมห้องประชุมย่อย
- จัดนิทรรศการ แสดงผลงานวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษา
- จัดเตรียมของที่ระลึก สำหรับองค์ปาฐก และวิทยากร และจัดทำสื่อ และถุงสำหรับใส่เอกสารสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม
- จัดเตรียมการแสดงต้อนรับ โดยให้นักศึกษาประสานงานกับนักศึกษาอีก 2 สถาบัน
- ประสานงานกับฝ่ายเอกสาร และฝ่ายพิจารณาบทความ
- ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 6. คณะอนุกรรมการฝ่ายลงทะเบียน และประเมินผล

- |                                      |                     |
|--------------------------------------|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ศิริรัมย์ | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล      | อนุกรรมการ          |
| 3. อาจารย์ทรงพันธ์ ต้นตระกูล         | อนุกรรมการ          |
| 4. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน      | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- รับลงทะเบียนและรับบทความทางอินเทอร์เน็ต
- พิมพ์เอกสารและรับลงทะเบียนในวันประชุม
- จัดทำแบบประเมินและสรุปผลการประเมินหลังเสร็จสิ้นการประชุม
- ประสานงานกับฝ่ายพิจารณาบทความ
- ประสานงานกับฝ่ายการเงิน
- จัดหานักศึกษาช่วยงานการรับลงทะเบียน การเงิน เอกสาร และจัดเตรียมถุงเอกสารสำหรับผู้เข้าประชุม
- ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 7. คณะอนุกรรมการฝ่ายการเงิน

- |                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| 1. หัวหน้างานการเงินการคลังและพัสดุ | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวกัลยา มโนรมย์              | อนุกรรมการ          |
| 3. นางสาวศันติกา ชุ่มอินทจักร์      | อนุกรรมการ          |
| 4. นางสาวอัญชลี มอญเพชร             | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- รับและเบิกจ่ายเงินที่ใช้ในการประชุม

/ - ทำบัญชีรับ-จ่าย .....

- ทำบัญชีรับ-จ่าย และสรุปผลรายรับ-รายจ่าย
- ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 8. คณะอนุกรรมการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและประชาสัมพันธ์

- |                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ทรงพันธ์ ต้นตระกูล     | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| 2. หัวหน้าหน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศ | อนุกรรมการ          |
| 3. บุคลากรหน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศ | อนุกรรมการ          |
| 4. นายคมกฤษณ์ วังตระกูล          | อนุกรรมการ          |
| 5. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน  | อนุกรรมการ          |

#### หน้าที่

- อำนวยความสะดวกและจัดเตรียมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง อุปกรณ์โสตทัศนวัสดุ บันทึกเสียง บันทึกภาพ
- ประชาสัมพันธ์การประชุมวิชาการทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายประกาศ และเว็บไซต์
- ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 9. คณะอนุกรรมการฝ่ายยานพาหนะ

- |                                            |                  |
|--------------------------------------------|------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล            | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ศิริรัมย์       | อนุกรรมการ       |
| 3. หัวหน้าหน่วยรักษาความปลอดภัยและยานพาหนะ | อนุกรรมการ       |
| 4. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน            | อนุกรรมการ       |

#### หน้าที่

- จัดเตรียมอำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวข้องด้านยานพาหนะการรับ-ส่งองค์ปาฐกวิทยากร และประสานรถเช่าศึกษาดูงาน 3 สถาบัน
- ประสานงานกับทุกฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 10. คณะอนุกรรมการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

- |                                 |                  |
|---------------------------------|------------------|
| 1. นางสาวสุนีมาศ โนรี           | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล | อนุกรรมการ       |
| 3. อาจารย์ทรงสุดา ภู่ว่าง       | อนุกรรมการ       |
| 4. อาจารย์ณภัทร วิตวะกุล        | อนุกรรมการ       |
| 5. นางสาวรพีพรรณ จรลี           | อนุกรรมการ       |
| 6. นักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน | อนุกรรมการ       |

/ หน้าที่ .....

การปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในตำบลป่าแดง  
อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก

Adaptation of Traditional Retail Stores under Modern Retail Trade Expansion  
in Pa Daeng Sub-district, Charttrakarn District, Phitsanulok Province

นภาพร โสภา<sup>1</sup> สุปรียา เครือพิมาย<sup>1</sup> อรวรรณ ใจบุญ<sup>1</sup> และ ศิริพร เผือกผ่อง<sup>2</sup>  
Napapond Sopa<sup>1</sup>, Supreeya Kruapimai<sup>1</sup>, Orawan Jaiboon<sup>1</sup> and Siriporn Phuakpong<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 2) ศึกษาวิธีการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 4 ราย ในพื้นที่ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ซึ่งดำเนินธุรกิจในลักษณะกิจการของครอบครัว และรับผิดชอบทำทุกอย่างเอง ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ทั้งในด้านลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการตกแต่งและจัดวางสินค้า ด้านเงินลงทุนในระยะยาว และด้านคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) มีวิธีการปรับตัวทั้งในด้านลูกค้า ด้านประเภทของสินค้าและบริการ ด้านการตกแต่งและการจัดวางสินค้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า หากมีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้นในชุมชน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) เหล่านี้อาจจะปิดกิจการลง

คำสำคัญ : การปรับตัว, ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม, โชห่วย, ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

Abstract

The objectives of this paper were to study the impact of modern retail trade expansion on traditional retail stores (grocery stores) and to study the adaptation of traditional retail stores. The qualitative data were collected and analyzed from the documents and in-depth interview of four traditional retailers in Pa Daeng Sub-district, Charttrakarn District, Phitsanulok Province, using semi-structured interviews.

The results revealed that the impacts of modern retail trade expansion on their own retail stores were customers, sales promotion, merchandise display, long-term investments, and competitors. However, their family businesses have been adapted to respond changes of consumer behaviour by focusing on customers, goods and services, and merchandise display. Interestingly, they opined that in case of more expansion of modern retail trade in their community, their traditional retail stores might be closed down.

**Keywords:** Adaption, Traditional Retail Store, Grocery Stores, Modern Retail Trade, Consumer Behavior

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

<sup>2</sup> อาจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

\*Corresponding author: e-mail: lukatao@gmail.com Tel. 032-594043-50 (41343)

## บทนำ

การค้าปลีกนั้นถือเป็นส่วนสำคัญในระบบธุรกิจมาอย่างยาวนาน เป็นขั้นตอนสำคัญในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตมาสู่ผู้บริโภคลำดับสุดท้าย เป็นที่คุ้นเคยกันดีว่าในอดีต ผู้บริโภคมักจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันสำหรับครัวเรือนผ่านร้านโชห่วยหรือร้านของชำในเขตละแวกที่อยู่อาศัย นอกจากนี้สินค้าที่ครบครันสำหรับการดำเนินชีวิตแล้ว ผู้บริโภคก็มักมีความผูกพันสนิทสนมกับเจ้าของร้านเป็นอย่างดี ใครเคยซื้อร้านไหนก็จะซื้อร้านนั้นเรื่อยไป ด้วยเหตุว่ามีความซิดเชื่อต่อกัน แต่ละร้านต่างดำเนินกิจการอยู่ได้ด้วยควมมีสัมพันธ์ต่อลูกค้าในลักษณะนี้ (กษมา ทับทิมทองและคณะ, 2543)

กระทั่งถึงยุคปัจจุบันที่มีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จนส่งผลกระทบต่อให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วยจำนวนหนึ่งต้องปิดกิจการลง เนื่องจากผู้ซื้อเริ่มคุ้นเคยกับความทันสมัยมากขึ้น ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) มีรายได้ลดลงจนกระทั่งถึงจุดหนึ่งก็ต้องเลิกกิจการไป ผลกระทบดังกล่าวได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากพื้นที่ในกรุงเทพฯ ก่อนขยายไปยังพื้นที่ในต่างจังหวัด โดยธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ที่ได้รับผลกระทบมากได้แก่ ร้านที่มีทำเลอยู่ใกล้แหล่งศูนย์กลางกระจายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงรัศมี 0-10 กิโลเมตรที่อยู่รอบห้างค้าส่ง-ค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ฉันทัส เพียร-ธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์, 2555)

โดยปัจจัยความสำเร็จในการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่นั้น ส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมทั้งการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ ทำให้เกิดรูปแบบการค้าปลีกของ ธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่อาศัยความได้เปรียบทางด้านวิทยาการความรู้ อำนาจการต่อรองทางธุรกิจที่ดีกว่า ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบายและความครบถ้วนของสินค้า ส่งผลกระทบต่อการลดลงของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก และขนาดกลางอย่างต่อเนื่อง (อนุศาสตร์ สระทองเวียง, 2553)

ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก เป็นพื้นที่ชุมชนที่ประชากรมีวิถีชีวิตแบบชนบท ยังไม่มีความเจริญหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าถึงมากนัก พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นไปในลักษณะเพื่อการดำรงชีวิตไม่ใช่เพื่อตอบสนองความต้องการในวัตถุ ประชาชนส่วนใหญ่นิยมประกอบอาชีพด้านการเกษตร และอีกส่วนก็นิยมประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) เช่นเดียวกันกับพื้นที่ชนบทหลายๆพื้นที่ในประเทศไทย (องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแดง, 2555) จนกระทั่งมีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามา ได้แก่ ร้าน 7-11 และ lotus Express เข้ามาตั้งในเขตเศรษฐกิจหรือตลาดของชุมชน ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) หลายๆ ร้านต้องปิดกิจการลง เนื่องจากลูกค้ากว่าครึ่งหันไปให้ความสนใจกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่เข้ามาตั้งในพื้นที่

จากสภาพปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ที่ยังสามารถดำเนินกิจการอยู่รอดได้ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

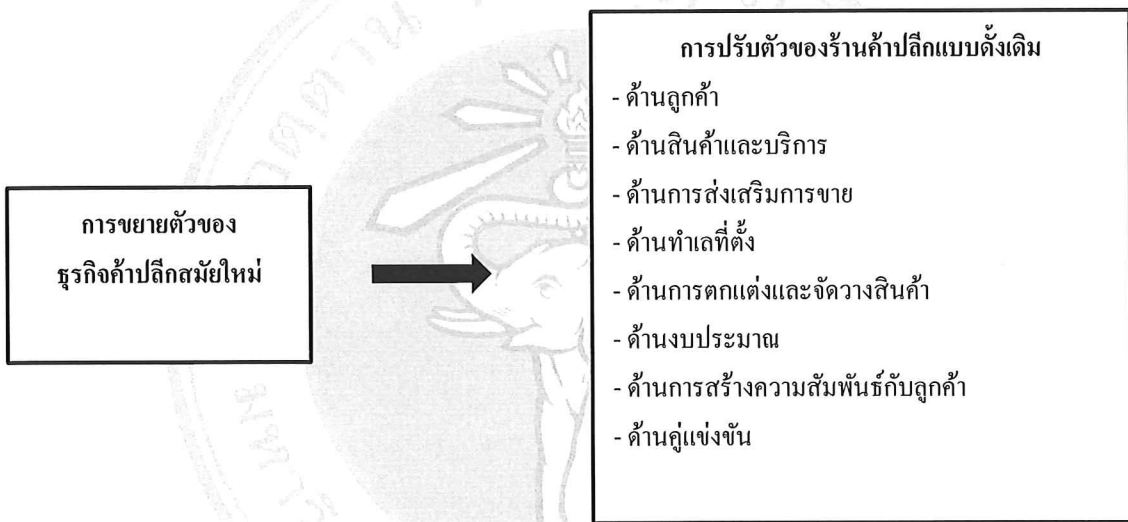
1. เพื่อศึกษาผลกระทบของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาวิธีการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)



### ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มประชากรคือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) จำนวนทั้งสิ้น 32 ราย ที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) จำนวนทั้งสิ้น 4 ราย ที่มีร้านค้าตั้งอยู่ห่างจากร้าน 7-11 และ Lotus Express ในระยะ 0-10 กิโลเมตร และร้านค้าเหล่านี้ตั้งอยู่ในเขตของ 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านที่ 1 บ้านป่าแดง หมู่บ้านที่ 2 บ้านนา หมู่บ้านที่ 3 บ้านธนูทอง และหมู่บ้านที่ 9 บ้านห้วยเหิน ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ใช้ระยะเวลาดำเนินการศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 -10 ธันวาคม 2558

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความต้องการที่หลากหลาย และการแปรเปลี่ยนไปของสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งพัฒนาจากรูปแบบดั้งเดิมมาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งอยู่ในรูปแบบและการดำเนินกิจกรรมแตกต่างกันมาก อย่างไรก็ตามทั้งธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ก็ดำเนินธุรกิจควบคู่กันจนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยตลอดมา กระทั่งในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ขาดการพัฒนาดูแลเปลี่ยนแปลง ได้ดำเนินมาจนถึงจุดอิมิตัว แม้จะมีธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหลายแห่งยังคงดำเนินกิจการต่อไป แต่นั่นก็เป็นเพราะธุรกิจเหล่านั้นได้ผันตัวเองให้มีลักษณะใกล้เคียงหรือตามทันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จึงกล่าวได้ว่ารูปแบบการค้าปลีกของไทยในปัจจุบันมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) (Traditional Retail Trade) และ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retail Trade) ซึ่งฐิติพร จาตุรวงศ์ (2551) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจทั้งสอง ดังนี้

### 1.1 ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)

โชห่วยหรือร้านชำเป็นร้านที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภค โดยมีหลักแหล่งที่แน่นอน เช่น ห้องแถวหรือเพิงถาวร เจ้าของกิจการมักเป็นคนพื้นบ้านนั่นเองหรือเป็นเจ้าของอาคารสถานที่นั้น ก็คือร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป ในส่วนของร้านชำ ลักษณะคล้ายร้านโชห่วย ขายสินค้าทั่วไปแต่รูปแบบและขนาดอาจจะเล็กกว่ามักตั้งอยู่ในหมู่บ้านต่าง ๆ แยกเป็น 2 ประเภทคือ ร้านชำเต็มรูปแบบ มีจำหน่ายอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ปลา ผัก และ ร้านชำไม่เต็มรูปแบบ ขายสินค้าทั่วไปไม่มีอาหารสด

### 1.2 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประกอบด้วย ห้าง/ร้านขนาดกลาง-ใหญ่ ออกแบบร้าน และจัดวาง สินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสวยงาม และเป็นระเบียบ บริการทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าใช้บริการมากขึ้น การดำเนินงานธุรกิจ มีทั้งแบบครบครันและมีอาชีพ ลงทุนสูงขึ้น และระบบจัดการบริหารงานซับซ้อนมากขึ้น ธุรกิจ การค้าแบบใหม่นี้ ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจ 2 รูปแบบ คือ Discount Store หรือ Hypermarket ซึ่งเน้นสินค้า ราคาถูก และ Convenience Store ซึ่งเน้นจำนวนสาขา ความสะดวกสบาย สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่อีกมากมาย ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมสินค้าทุกชนิดที่มีคุณภาพ เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าจำนวนมาก ทุกระดับ ครอบคลุม จัดวางสินค้า แบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อสะดวกการค้นหาและเลือกซื้อ เน้นจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า กระเป๋า รูปแบบบริหาร และจัดการ ค่อนข้างซับซ้อน พนักงานมาก และเน้นบริการที่สะดวก รวดเร็ว สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีฐานะ อำนาจซื้อสูง สามารถเลือกซื้อสินค้าคุณภาพ และราคาสูงได้ สถานที่ตั้ง จะอยู่บริเวณชุมชน หรือเป็นศูนย์รวมการค้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน ฯลฯ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การตลาดในยุคแรกเกิดจากการขาดแคลนสินค้า จึงเน้นไปที่การผลิตสินค้าออกสู่ตลาดให้มากและเร็วที่สุด ต่อมาสินค้าเริ่มล้นตลาด การตลาดจึงเน้นไปที่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นจุดขายให้กับสินค้า แต่เนื่องจากสินค้าเริ่มมีจำนวนมากขึ้น นักการตลาดจึงหันมามุ่งเน้นเรื่องการขายเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า ต่อมาผู้บริโภครู้สึกเหมือนถูกบังคับให้ซื้อสินค้าโดยแรงกดดันจากการขาย นักการตลาดจึงเบนเข็มมาให้ความสนใจที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแทน จึงมาถึงยุคที่นักการตลาดเน้นผลิตสินค้าที่ตอบสนองคุณค่าที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ จนกระทั่งในปัจจุบันนักการตลาดมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มย่อยเล็กลงไปอีก จนเกิดการผลิตสินค้าที่เน้นความรู้สึกเป็นสายของแต่ละผลิตภัณฑ์ไป (ปณิศา มีจินดา, 2553)

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหาร กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยการวิเคราะห์ SWOT ต้องทำให้เป็นไปในทางเดียวกันกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือ เป้าหมาย (Vision, Mission และ Objective) หรือเข้ากับทรัพยากรในองค์กรและความสามารถที่เข้ากับสิ่งที่องค์กรถนัด แล้วนำ SWOT มาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์องค์กร โดย เขียน รายการออกมาให้น้อยที่สุด โดยดูข้อมูลจาก จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน(Weaknesses), โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ขององค์กรเอง (อัมพร ไทลประเสริฐ, 2558)

## 4. หลักการตลาด 7Ps

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

4.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

4.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

4.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

4.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้มีกลุ่มประชากรคือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) จำนวนทั้งสิ้น 32 คน ที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) จำนวนทั้งสิ้น 4 คน ที่มีร้านค้าตั้งอยู่ห่างจากร้าน 7-11 และ Lotus Express ในระยะ 0-10 กิโลเมตร และร้านค้าเหล่านี้ตั้งอยู่ในเขตของ 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านที่ 1 บ้านป่าแดง หมู่บ้านที่ 2 บ้านนา หมู่บ้านที่ 3 บ้านธนูทอง และหมู่บ้านที่ 9 บ้านห้วยเหิน ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก วิธีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษากการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2558 – 22 พฤศจิกายน 2558 โดย

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ดังต่อไปนี้

1. ทำการรวบรวมโดยการศึกษาตำราเกี่ยวกับประวัติการค้าปลีกของไทย การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก ศึกษาความสัมพันธ์ของชนบท และการอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม รวมทั้งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาวิธีการสร้างคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง

3. สร้างคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง

4. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ดังนี้

4.1 ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ที่เปิดอยู่ใกล้กับร้าน 7-11 และ Lotus Express ในชุมชน โดยมีการบันทึกเสียงการสนทนาด้วยโทรศัพท์มือถือ

4.2 ใช้วิธีการสังเกตบรรยายภาค สภาพแวดล้อม โดยการบันทึกภาพถ่าย เพื่อนำมาใช้บรรยายประกอบการสัมภาษณ์

5. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยการถอดเทปการบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร นอกจากนั้นยังมีการบันทึกรายละเอียดสภาพแวดล้อม บรรยายภาค และภาพร้านค้าเหล่านั้นเพื่อนำมาบรรยายประกอบกับการสัมภาษณ์ด้วย

#### ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

##### ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) จำนวน 4 ราย ที่มีร้านค้าตั้งอยู่ห่างจากร้าน 7-11 และ Lotus Express ในระยะ 0-10 กิโลเมตร และได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

##### 1. สภาพโดยทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)

1.1 สถานภาพของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเจ้าของเองหรือเปิดร้านในลักษณะครอบครัว ส่วนใหญ่มีอายุ 30-40 ปี รองลงมาคือ 59 ปี เพศหญิง สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาคือปริญญาตรีและประถมศึกษา ทุกร้านไม่ได้ประกอบกิจการนี้เป็นงานหลัก มักทำเป็นงานเสริมเนื่องจากครอบครัวมีรายได้จากทางอื่นอยู่แล้วหรือตอนอยู่ว่างๆครอบครัวจึงเปิดร้านให้ รายได้มีตั้งแต่ประมาณเดือนละ 6,000 บาท จนถึง 18,000 บาท ซื้อของเข้าร้านอาทิตย์ละประมาณ 2 ครั้ง บางร้านก็ซื้อทุกวัน เนื่องจากมีการซื้อของเข้าร้านอยู่หลายแห่ง ทั้งจากยี่ปี่ว แม็คโคร และตัวแทนขายจากบริษัทต่างๆ

1.2 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ส่วนใหญ่เปิดร้านมานานเกิน 10 ปี เวลาให้บริการคือตั้งแต่ 05.00 น. จนถึง 20.00 น.

1.3 การจ้างแรงงาน ไม่มีการจ้างแรงงานในร้าน เจ้าของเป็นผู้ดำเนินการทุกอย่างเอง ตั้งแต่การคัดเลือกสินค้าที่จะขาย จัดเรียงสินค้า ซื้อของเข้าร้าน คำนวณราคาขาย และบริการลูกค้า เนื่องจากประเมินสภาพกิจการของตนแล้วว่าการจ้างแรงงานนั้นถือเป็นเรื่องเกินความจำเป็น

4. ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ในตลาดซึ่งเป็นแหล่งการค้าของชุมชนและบริเวณทางเข้า-ออกของชุมชน

##### 2. การบริหารการตลาดของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) พบว่า ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหาร การตลาดในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ด้านลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในชุมชนโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกร ที่มักซื้อเครื่องดื่มในตอนเช้า ก่อนเข้าไปทำงานในไร่ ส่วนตอนเย็นก็มีกลุ่มข้าราชการที่มาซื้อสินค้าทั่วไปหลังเลิกงานก่อนกลับบ้าน และกลุ่ม เกษตรกรก็มักจะเข้ามาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากกลับจากทำงานในไร่ เมื่อก่อนจะมีกลุ่มของเด็กนักเรียนมาซื้อ ขนมหลังเลิกเรียน แต่ปัจจุบันลูกค้ากลุ่มนี้หายไปเกือบหมด เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้นิยมเข้า 7-11 กันมากกว่า ด้วย เหตุผลที่ว่าร้านค้าดังกล่าวมีการติดเครื่องปรับอากาศ มีเครื่องดื่มยอดนิยมอย่างเสลอบี และมิตูโศคครีม ซึ่ง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกล่าวว่า ตนไม่สามารถแข่งในจุดนี้ได้ เนื่องจากคิดว่าค่าไฟฟ้าที่ต้องจ่ายนั้น ไม่คุ้มทุนกับยอดขาย

2.2 ด้านการส่งเสริมการขาย ไม่มีการส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์ใดๆ เนื่องจาก ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมองว่าเป็นเรื่องที่ต้องใช้ทุนและระบบการจัดการที่ซับซ้อน แต่มีการลดราคา เล็กน้อยในกรณีที่ลูกค้าซื้อในปริมาณมาก ซึ่งจะลดเพียงหนึ่งถึงสองบาทเท่านั้น แต่อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใช้วิธีเชียร์ขายสินค้าที่ใกล้หมดอายุให้กับลูกค้า หากขายไม่ได้จริงๆ ก็จะนำมาบริโภคเอง หรือทิ้ง แต่จะไม่มีการลดราคาสินค้านั้น หรือแจกฟรี

2.3 ด้านประเภทของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะพิจารณาจัดหาสินค้า และบริการตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การบริหารจัดการด้านนี้มีความยืดหยุ่นสูงมาก เนื่องจาก ผู้ประกอบการจะจัดหาสินค้าทันทีเมื่อลูกค้าบอกให้ทราบที่ต้องการให้มีสินค้าแบบใดวางจำหน่าย และ ผู้ประกอบการก็ยังสามารถจัดการจัดหาสินค้าที่ลูกค้าไม่นิยมออกไปได้ทันทีเช่นกัน หลังจากการขยายตัวของธุรกิจ คำปลีกสมัยใหม่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้หาทางออกด้วยการนำเสนอสินค้าที่ 7-11 และ Lotus Express ไม่มี โดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งการจำหน่ายสายผลิตภัณฑ์นี้ในระดับที่ลึกมาก มีหลายยี่ห้อ หลายรุ่น และในแต่ละยี่ห้อหรือรุ่นที่จำหน่าย ต้องแน่ใจว่า มีลูกค้าซื้อจริง นอกจากสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั่วไป เช่น สบู่ แป้ง ยาสีฟัน แชมพู พวงซักฟอก น้ำยาล้างจาน เครื่องดื่ม ขนม อาหารแห้ง เครื่องปรุงรส บุหรี่ สุรา หรือสินค้าจีปาดะอื่นๆ แล้ว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังมีความพยายามในการหาจุดที่แตกต่างด้วย การจำหน่ายสินค้าที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในชุมชนไม่มี เช่น กะละมัง ชันน้ำ หม้อ มีด เขียง หรือเครื่องเรือนชิ้นอื่นๆ มาขายด้วย เป็นต้น

2.4 ด้านทำเลที่ตั้ง ที่ตั้งร้านนั้นเป็นสถานที่เดียวกันกับบ้านที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมพัก อาศัย ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่มีทั้งเป็นบริเวณใกล้ตลาด หน้าอำเภอ และเป็นทางเข้า-ออกของชุมชน ซึ่งเป็นแหล่งที่มีผู้คน ล้นจรรย์ไปมา เมื่อเห็นว่าทำเลดีจึงทำกิจการค้าขาย

2.5 ด้านการตกแต่งและจัดวางสินค้า เดิมแล้วการจัดวางสินค้านั้นเป็นไปอย่างหยาบๆ ไม่มีการจัด หมวดยี่ห้อหรือมีรูปแบบในการจัด สินค้าจะถูกวางไว้รวมๆ และผู้ชายก็จะเป็นผู้หยิบให้เมื่อลูกค้าต้องการ แต่ ภายหลังร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก็มีการปรับตัว โดยจัดร้านให้ดูสะอาดและสว่างขึ้น มีการซื้อชั้นวางเพื่อจัดเรียง สินค้าให้ดูเป็นระเบียบพร้อมทั้งจัดสินค้าตามหมวดหมู่ มีรูปแบบคือ เมื่อทราบว่าเครื่องดื่มและเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์นั้นขายดี ก็จะตั้งตู้แช่ไว้หน้าร้านหรือใกล้กับบริเวณที่คิดเงิน เพื่อที่ลูกค้าจะสามารถเลือกสินค้าและ ชำระเงินได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้จะป้องกันการลักขโมยแล้ว ผู้ชายก็จะสามารถหยิบให้ได้โดยสะดวก นอกจากนี้ ยังมีของชิ้นเล็กๆ เช่นลูกอม หรือหมากฝรั่งที่ถูกจัดไว้บริเวณที่ชำระเงิน เนื่องจาก มีลูกค้าจำนวนมากที่นิยมใช้เงิน ทอนซื้อสินค้าเหล่านี้

2.6 ด้านเงินลงทุนระยะยาว เงินลงทุนทั้งหมดมาจากครอบครัวหรือเจ้าของร้านเอง โดยทุกร้านไม่มีแผนในการที่จะขยายกิจการหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เทียบเท่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เนื่องจากมองว่าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และยังมองเห็นอีกด้วยว่า การจะปรับโฉมร้านให้เทียบเท่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่นั้นจำเป็นต้องมีวิธีบริหารจัดการที่ดีมาก ซึ่งตนไม่ได้วางแผนธุรกิจให้ไปไกลถึงขนาดนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่มีรายได้จากทางอื่นอยู่แล้วและในเวลานี้ร้านที่เปิดที่อยู่ก็ยังพอทำกำไรได้ หากต้องเลิกกิจการจริงๆ ตนก็จะไม่ฝืนให้คงกิจการไว้

2.7 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้นมีความสนิทสนมกับคนในชุมชน เป็นอย่างดี ส่วนหนึ่งที่ยังสามารถคงกิจการไว้ได้ก็เพราะลูกค้าประจำซึ่งคุ้นเคยกัน อีกประการก็เป็นเรื่องของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ฉับไว รับฟังความต้องการของลูกค้าเสมอ

2.8 ด้านคู่แข่ง ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในชุมชนไม่เป็นคู่แข่งกัน เนื่องจากตั้งอยู่ห่างกัน ดังนั้นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดก็คือธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่นั้นเอง หากในอนาคตมีห้างสรรพสินค้า หรือธุรกิจค้าปลีกอื่นมาเปิด ไม่น่าจะว่าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเหล่านี้จะต้องปิดตัว แต่เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้เงินของคนในชุมชนแล้ว พบว่าประชากรในชุมชนป่าแดงนั้นไม่จับจ่ายฟุ่มเฟือย อีกทั้งบางส่วนก็ยังไม่คุ้นชินกับความทันสมัย ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเหล่านี้ อาจสามารถคงตัวอยู่ได้จนกว่าประชากรร่วมสมัยเดียวกันจะหมดลงหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคไป



ตารางแสดง การวิเคราะห์ SWOT กลยุทธ์ระหว่างร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

การวิเคราะห์ SWOT	ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (ฉันทส เพียรธรรม และ วันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์, 2555)	ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) (ผู้วิจัยค้นพบ)	ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย
จุดแข็ง (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ในทำเลดี มีผู้ซื้อจำนวนมาก</li> <li>- ร้านค้าทันสมัย มีการบริหารจัดการสินค้า</li> <li>- มีการสนับสนุนการขาย มีการสร้าง Brand Royalty ทำให้ผู้ซื้อเข้าร้านต่อเนื่อง จนเป็นลูกค้าประจำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความใกล้ชิดกับผู้ซื้อ</li> <li>- จัดหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>- ยืดหยุ่น มีอิสระในการตัดสินใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นอกเหนือจากการตอบสนองลูกค้าด้วยการนำสินค้าที่ลูกค้าต้องการมาจำหน่ายได้อย่างรวดเร็วแล้ว ร้านโชห่วยควรปรับโฉมหน้าร้านให้สะอาด สวยงามเพิ่มขึ้น</li> <li>- ควรมีการจัดโปรโมชั่น</li> </ul>
จุดอ่อน (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความใกล้ชิดกับผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ขายเอง</li> <li>- ขาดอิสระในการปรับเปลี่ยน/ตัดสินใจเนื่องจากเป็นธุรกิจ franchise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการส่งเสริมการขาย</li> <li>- ไม่มีเงินทุนมากเพียงพอที่จะปรับโฉมร้านให้เทียบเท่ากับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่</li> <li>- ไม่มีระบบการบริหารงานที่ชัดเจน</li> <li>- ไม่มีวิธีการคิดคำนวณต้นทุนและกำไรที่ชัดเจน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการขาย หรือมีการลดแลกแจกแถมเป็นพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกยึดโยงกับกิจการมากขึ้น</li> <li>- ควรเพิ่มประเภทสินค้าที่คู่แข่งไม่มี เพื่อทำให้กิจการมีความแตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้น</li> <li>- ควรคิดคำนวณต้นทุนราคาสินค้าให้ชัดเจน</li> <li>- ควรหาแหล่งซื้อหลายๆ แหล่งเพื่อเปรียบเทียบราคา</li> </ul>
โอกาส (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชากรเพิ่มขึ้น มีแรงงานย้ายเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นในอนาคต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสินค้าอีกหลายชนิดที่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในพื้นที่แข่งขันไม่มีจำหน่าย</li> </ul>	
อุปสรรค (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในอนาคตจะมีการแข่งขันระหว่างร้านสะดวกซื้อต่างๆ มากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาจากผู้ค้าส่งมากนัก</li> <li>- เมื่อความเจริญเพิ่มมากขึ้นก็จะยิ่งสู้กับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ไม่ได้</li> </ul>	

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ได้พบว่า แม้มีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามา และได้รับผลกระทบทั้งในด้านลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการตกแต่งและจัดวางสินค้า ด้านเงินลงทุนในระยะยาว และด้านคู่แข่ง แต่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ก็ยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เนื่องจากมีทำเลที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีกลุ่มลูกค้าหลักที่ชัดเจน ไม่ต้องเสียค่าเช่าร้าน ประกอบกับมีความพยายามปรับตัวทั้งในด้านลูกค้า ด้านประเภทของสินค้าและการบริการ ด้านการตกแต่งและการจัดวางสินค้า โดยพยายามปรับโฉมหน้าร้านให้ดูสะอาด สว่างขึ้น จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่มากขึ้น มีแบบแผนในจัดตำแหน่งสินค้า มีความพยายามหาสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง (ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่) มาเป็นจุดขาย และจากข้อมูลเหล่านี้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ควรปรับเพิ่มเติมต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงเพิ่มขึ้น

นอกจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ต้องพยายามวิธีการปรับตัวแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น องค์การบริหารส่วนตำบล กองทุนหมู่บ้าน หรือหน่วยงานอื่นๆ ก็ควรให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการดำเนินธุรกิจของร้านค้าปลีกในชุมชน

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ได้ขอเสนอแนะดังต่อไปนี้  
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านโชห่วย

1. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ควรรับรู้และตื่นตัวกับการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ให้มากขึ้น
2. ควรลงทุนปรับโฉมให้ดึงดูดลูกค้ามากขึ้น โดยปรับหน้าร้านให้สวยงาม สะอาด จัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่
3. ควรมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย
4. ควรจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ให้มากขึ้น
5. ควรปรับรูปแบบธุรกิจให้มีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าที่มากขึ้นให้กับธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ควรให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเกี่ยวกับการจัดการที่ถูกต้องและเหมาะสมกับพื้นที่
2. ควรประชุมวางแผนร่วมกันกับธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่
3. ควรส่งเสริมการดำเนินการธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในชุมชนให้มีความยั่งยืน
4. ควรรณรงค์ให้ประชาชนในพื้นที่เห็นความสำคัญของร้านค้าปลีกในชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางในการพัฒนา กำกับดูแล และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) อย่างไร ในการที่จะทำให้ธุรกิจดังกล่าวสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน



### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก (2558) ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ ดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากหลายๆ ฝ่าย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา คือ อาจารย์ศิริพร เผือกผ่อง ในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ สละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของเนื้อหา ตรวจทานความถูกต้องของภาษา พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และที่ขาดไม่ได้คือกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ที่ได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบคำถามสัมภาษณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้องและเพื่อนๆ ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กษมา ทับทิมทองและคณะ. (2543). ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : ผลงานวิทยานิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- [2] ฉันทัส เพียรธรรม และ วันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม ปีที่ 8 ฉบับที่ 1.
- [3] ลูติพร จาตุรงค์. (2551). เจาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Inside Modern Trade). กรุงเทพฯ : นำอักษรการพิมพ์. ปรินดา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- [4] องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแดง. (2555). สภาพสังคมและสภาพทั่วไปของตำบลป่าแดง. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.padangmai.go.th>
- [5] อนุศาสตร์ สระทองเวียน. (2553). ธุรกิจค้าปลีก ประเทศไทย Retail Business in Thailand. กรุงเทพฯ : Executive Journal.
- [6] อัมพร ไทลประเสริฐ. (2558). การวิเคราะห์องค์กรโดยใช้เทคนิค SWOT analysis. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุพรรณบุรี.