



การปรับตัวจากผลการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร

Adaptation from the Impact of Free Trade and Investment in Modern Retails on Traditional Retails in Bangkok Metropolitan

อัญชลี นรินทร

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต 306 ซอยลาดพร้าว 107 คลองจั่น บางกะปิ กทม. 10240

Email: Anchalee20.2500@gmail.com

บทคัดย่อ

มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการพัฒนาตนเองของร้านค้าปลีกแบบเดิม ในเขตกรุงเทพมหานครสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความต้องการการช่วยเหลือจากรัฐบาลของร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานครสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร สู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ และ 4) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานครสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเคอร์เมอร์วี่, สถิติไค-สแควร์ และวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงยืนยัน ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกเดิมให้มีศักยภาพที่เหมาะสมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง (SMEs) และบุคคลทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สนใจธุรกิจค้าปลีก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมมติฐานที่ 1 การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่มีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม จากผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่างสภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของร้านค้า



ปลีกแบบเดิมโดยภาพรวม พบว่า การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจ ค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ทำให้สภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกมีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม สมมติฐานที่ 2 การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกมีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม จากผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่าง สภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม พบว่า มีค่า P-Value ตั้งแต่ 0.002–0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นต้องปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายถึง การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม

คำสำคัญ : การเปิดการค้าเสรีและการลงทุน ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม ธุรกิจค้าปลีก การปรับตัว

Abstract

The purposes of this research were : 1) to study factors which affecting to the requirement of the self development of Traditional Retail Business in Bangkok Metropolitan 2) to study factors which affecting to the requirement for the government's assistance to Traditional Retail Business in Bangkok Metropolitan towards Free Trade and Investment in Modern Retail Business 3) to study factors which affecting to the adaptation of Traditional Retail Business in Bangkok Metropolitan towards Free Trade and Investment in Modern Retail Business 4) to study causal factors which affecting to Traditional Retail Business in Bangkok Metropolitan towards Free Trade and Investment in Modern Retail Business. The data were collected from entrepreneurs of Traditional Retailers in Bangkok Metropolitan. To use a Simple sampling, used in this study of 400 people as a way of determining the infinite population. Statistical analysis methods used were frequency and Percentage, mean and standard Deviation, Analysis of Cramer's V fated relationship between independent variables and the dependent variable Chi-Square, a confirmatory factor analysis (Path Analysis). The results of the study were to apply the guidelines for investing plan and to develop the traditional retails business causing the appropriate potential for the entrepreneurs of SMEs and the people in country and abroad who are interested in the retail business. The hypothesis testing: One assumes that Free Trade and Investment in Modern Retails impact Traditional Retails. This study tested the hypothesis between the general state of the traditional retail



business and the adaptation of the traditional retail business. For overview, the study found that the free trade in modern retails business causes the general state of the retail business which affecting on the traditional retail business. The second assumption of Free Trade and Investment in Modern Retails impact adaptation of Traditional Retails. This study tested the hypothesis between the general state of Traditional Retail. Adaptation of Traditional Retails overview found that the P-Value, from 0.002 to 0.029, which is less than 0.05 to reject the null hypothesis H_0 meant to liberalize trade in modern retails influences, adaptation of the Traditional Retails overall.

Keywords: Free trade and investment modern retails traditional retails retail business adaptation.

บทนำ

ธุรกิจการค้าปลีก เป็นธุรกิจการค้าบริการประเภทหนึ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมากต่อระบบ เศรษฐกิจของประเทศไทยและของโลก เป็นผลจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทยใน ปี 2540 ส่งผลกระทบต่อในทุกส่วน เหตุการณ์ดังกล่าวจึงทำให้มีการขอรับความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาสถาบันการเงิน และการขอความช่วยเหลือในครั้งนี้ จึงทำให้ประเทศไทยต้องปฏิบัติตามข้อตกลงหลายอย่าง เพื่อเป็นไปตามแนวทางของกองทุนการเงินระหว่างประเทศหนึ่งในข้อปฏิบัติที่ประเทศไทยต้องปฏิบัติคือ การเปิดเสรีทางการค้า และการลงทุน (นุจรี คงทวีผล, 2550:1)

เมื่อประเทศไทยประกาศใช้นโยบายเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน ทำให้กระแสทุนจากต่างประเทศต่างหลั่งไหลมาสู่ประเทศไทยที่นำมาซึ่งห้างสรรพสินค้าประเภทร้านค้าปลีกต่างๆ นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีการแก้กฎหมายที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในไทยได้ง่ายขึ้น เป็นเหตุทำให้ธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมส่วนใหญ่เป็นของคนไทยแล้วก็ค่อยๆ ถูกแทนที่ด้วยธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีชาวต่างชาติเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่มากขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2545: 10) จากการศึกษาผลกระทบจากศูนย์การค้าขนาดใหญ่ต่อธุรกิจ ค้าปลีกแบบเดิมในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก พบว่า ก่อนที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่จะเข้ามาดำเนินการผู้บริโภคนิยมใช้บริการร้านขายของชำใกล้บ้านมากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ราคาของสินค้า ระยะเวลา และความสะดวกในการเดินทาง ภายหลังที่ศูนย์การค้า



ขนาดใหญ่เข้ามาดำเนินการแล้ว พบว่า ผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปซื้อสินค้าตาม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้า มีสถานที่จอดรถ และมีปริมาณสินค้า พอเพียงต่อความต้องการ ของผู้บริโภค (กิตติพงษ์ แสงทิพย์กัญญา และคณะ, 2544: บทคัดย่อ) จากการ ขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ในประเทศไทยดังที่กล่าวมา เป็นผลให้ธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม ของผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ต้องปิดกิจการ ลงโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ก็เกิดสภาวะที่ ธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมที่มีเจ้าของคนเดียวคอยให้บริการลูกค้า ทั้งหยิบสินค้าหรือจัดแบ่งสินค้านั้นเป็นอัน ต้องเลิกกิจการไป เนื่องจากไม่สามารถปรับตัวและเผชิญกับ ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง จากการเข้ามา ของธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ทุกชุมชน ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าอยู่ ของร้านค้าปลีกแบบเดิม เป็นผลทำให้ยอดขายปริมาณสินค้า และกำไร ลดลง เพราะไม่สามารถปรับตัว กับภาวะการแข่งขัน ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกก็ต้องปิดตัวเองลง

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจค้าปลีก จึงสนใจที่จะศึกษา การปรับตัวจากผล การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีต่อธุรกิจ ค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าไปเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการใช้ เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินการกิจการ รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนหรือผู้ประกอบการที่ สนใจจะลงทุนในธุรกิจค้าปลีกในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการการพัฒนาตนเองของร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขต กรุงเทพมหานครสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการการช่วยเหลือจากรัฐบาลของร้านค้าปลีกแบบเดิม ในเขตกรุงเทพมหานครสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานครสู่การเปิด เสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่
4. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร สู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2553). ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน จากจำนวนประชากร ของจังหวัดตัวแทนทั้งหมด 6 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 12,873,419 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง



ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 678 ชุด ผลการศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ประเทสินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเอง ให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสด ที่จอดรถ และอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้า แก่ผู้บริโภค ทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุงคือ ควรพัฒนาจัด ร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้โดยอิสระเสรีควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่าคือกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหา สินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมี การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้น และควรมีการทำการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ให้มากกว่านี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรทำเพื่อความอยู่รอดในอนาคต คือ สร้างเครือข่ายของกลุ่ม ผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และรักษา ลูกค้าเดิมไว้ ทั้งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

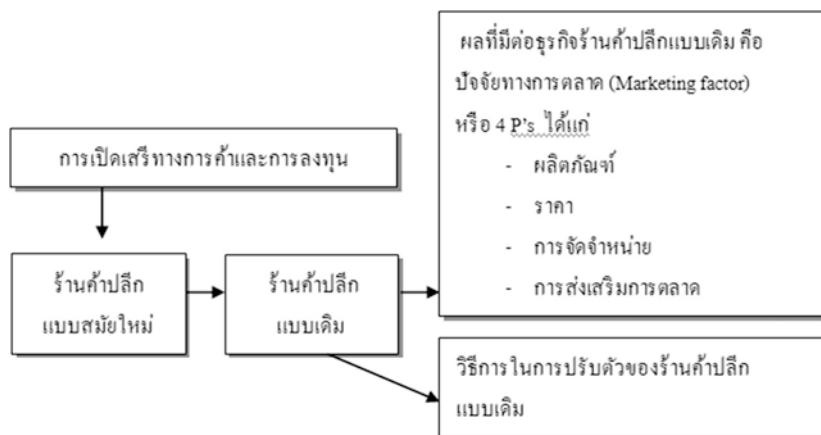
ชุดินันท์ ประชนากุล (2551). ศึกษา กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 274 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพส่วนใหญ่สมรสระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีบุคลากรทั้งหมดในร้าน 1-2 คน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการค้าปลีกที่ผ่านมา 1-5 ปี รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเป็นเจ้าของกิจการคนเดียว ขนาดของกิจการ ร้านค้าปลีก 2 คูหา/ไม่ติดแอร์ด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่ใน ระดับมากเมื่อพิจารณาในผลของแต่ละด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.56) ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.55) ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.61) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.59) ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (S.D. = 0.83) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.55)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขต ได้กลุ่มตัวอย่าง 5 เขต ใช้วิธีสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple sampling) โดยวิธีการสุ่มจับฉลากหมายเลขได้ตัวแทนเขต ทั้ง 5 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตบางรัก เขตประเวศ เขตมีนบุรี เขตห้วยขวาง ซึ่งขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 คน กำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (นราศรี ไหววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2538 : 104) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เครเมอร์วี (Cramer's V) โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยสถิติไค-สแควร์ และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การทดสอบสมมติฐานผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม

H_0 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ไม่มีผลต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม

H_1 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่มีผลต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม



ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่างสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับผลต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม

สภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิม	Peason chi-square	df.	P-Value	Cramer's V
1. เพศเจ้าของร้านค้า	9.729 ^a	2	0.007**	0.656
2. อายุเจ้าของร้านค้า	22.558 ^a	8	0.003**	0.668
3. สถานภาพเจ้าของร้านค้า	34.017 ^a	4	0.000**	0.706
4. ระดับการศึกษาเจ้าของร้านค้า	9.557 ^a	6	0.144	0.109
5. รูปแบบการดำเนินการ	8.274 ^a	4	0.082	0.402
6. ขนาดของกิจการร้านค้าปลีก	20.884 ^a	4	0.000**	0.761
7. ที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบเดิม	17.525 ^a	6	0.007**	0.648
8. ลักษณะของร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ	21.608 ^a	4	0.000**	0.764
9. ปี พ.ศ. ที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเริ่มเปิดทำการ	3.274 ^a	4	0.513	0.064
10. เวลาที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเปิดให้บริการ 1 วัน	1.226 ^a	2	0.541	0.055
11. จำนวนบุคลากรในร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ	16.964 ^a	4	0.001**	0.746
12. ยอดขายปัจจุบัน โดยประมาณต่อวันของร้านค้าปลีกแบบเดิม	11.862 ^a	8	0.003**	0.722
13. การแบ่งหน้าที่หลักของร้านค้าปลีกแบบเดิม	2.430 ^a	4	0.657	0.055

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่างสภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมกับผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมโดยภาพรวม พบว่า การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ทำให้สภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกมีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกปรับตัว

H₀: การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกไม่มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม

H₁: การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกมีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม



ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่างสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของธุรกิจ ร้านค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม

สภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิม	Peason chi-square	df.	P-Value	Cramer's V
5. รูปแบบการดำเนินการ	2.275 ^a	4	0.685	0.413
6. ขนาดของกิจการร้านค้าปลีก	3.906 ^a	4	0.019*	0.785
7. ที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบเดิม	4.904 ^a	6	0.556	0.320
8. ลักษณะของร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ	6.818 ^a	4	0.146	0.221
9. ปี พ.ศ.ที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเริ่มเปิดทำการ	1.070 ^a			
10. เวลาที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเปิดให้บริการ 1 วัน	.370 ^a			
11. จำนวนบุคลากรในร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ	16.830 ^a			
12. ยอดขายปัจจุบัน โดยประมาณต่อวันของร้านค้าปลีกแบบเดิม	13.404 ^a			
13. การแบ่งหน้าที่หลักของร้านค้าปลีกแบบเดิม	3.554 ^a			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานระหว่างสภาพทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของธุรกิจ ค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม พบว่า มีค่า P-Value ตั้งแต่ 0.002–0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นต้องปฏิเสธสมมติฐาน หลัก H_0 หมายถึง การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมภาพรวม

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกต้องการพัฒนาตนเอง

H_0 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกไม่มีผลต่อความต้องการพัฒนาตนเอง

H_1 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกมีผลต่อความต้องการพัฒนาตนเอง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกต้องการช่วยเหลือจากรัฐบาล

H_0 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกไม่มีผลต่อความต้องการช่วยเหลือจากรัฐบาล

H_1 : การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกมีผลต่อความต้องการช่วยเหลือจากรัฐบาล



การวิเคราะห์เชิงยืนยันผลของการเปิดเสรีทางการค้าที่มีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมหลังจาก การเข้ามา ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

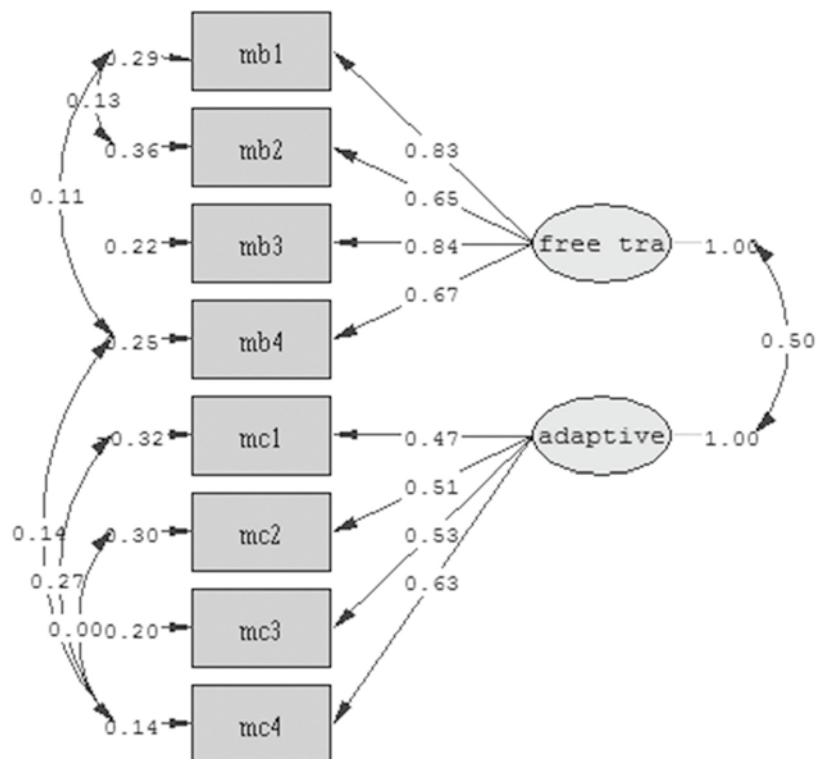
สมมติฐานตัวแบบที่ 1 โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม

H_0 : โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมตามสมมติฐานสอดคล้องกับ
ข้อมูลเชิงประจักษ์

H_1 : โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมตามสมมติฐานไม่สอดคล้อง
กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ Path Analysis

ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ Path Analysis การเปิดเสรีทางการค้าส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม



Chi-Square=26.75, df=3 P-value=0.71493 , RMSEA=0.0013

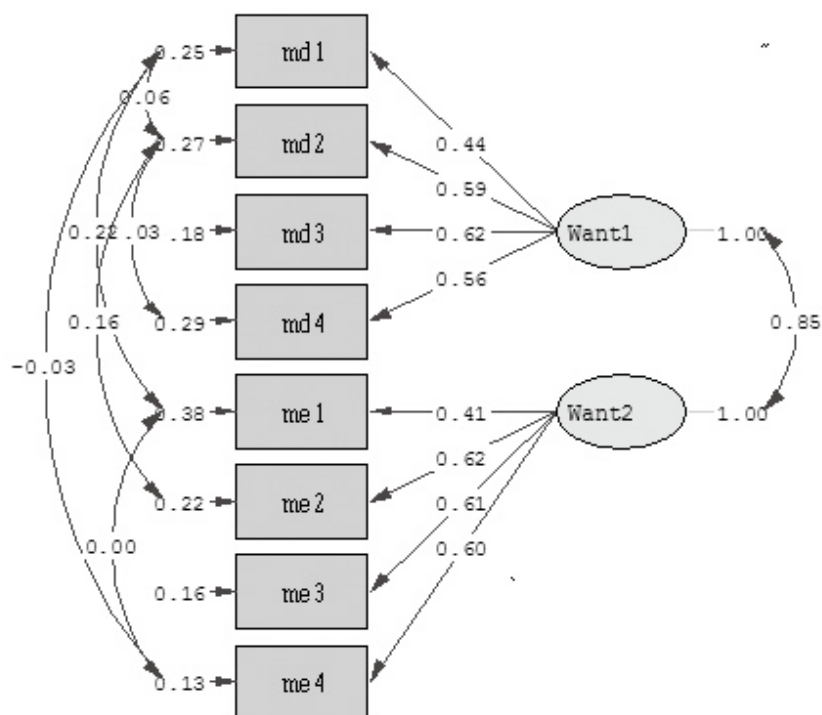


สมมติฐานตัวแบบที่ 2 โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อความต้องการของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม

H_0 : โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อความต้องการของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมตามสมมติฐาน สอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

H_1 : โมเดลการเปิดเสรีทางการค้าที่ส่งผลต่อความต้องการของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมตามสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

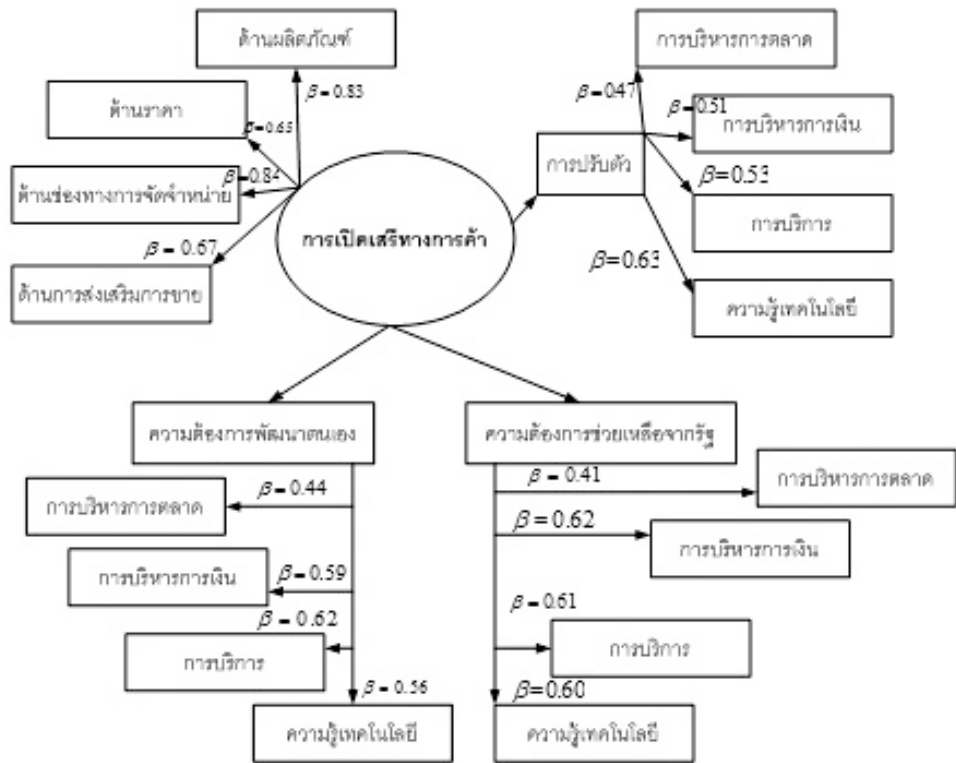
ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ Path Analysis ความต้องการของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม



Chi-Square=13.76, df=8, P-value=0.432050, RMSEA=0.0012

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปเป็น Model การศึกษาได้ดังนี้

ภาพที่ 4 ความต้องการของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม



อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ มีผลทำให้ร้านค้าปลีกแบบเดิมต้องมีการปรับสภาพทั่วไปของร้านค้าแบบเดิมที่เคยเป็นอยู่ เพราะจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สภาพทั่วไป ของร้านค้าปลีกมีผลต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม ซึ่งจากการวิเคราะห์ ได้ค่าสถิติ P-Value ตั้งแต่ 0.000 – 0.007 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 ซึ่งต้องปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายถึง การเปิดเสรีการค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ มีผลต่อธุรกิจ ร้านค้าปลีกแบบเดิม

จากผลการวิเคราะห์เพื่อหาขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม เมื่อมีการเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ โดยค่าสถิติ Cramer's V เมื่อเรียงตามลำดับตามขนาด ของความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมจากมากไปน้อย พบว่า การเข้ามาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทำให้ร้านค้าปลีกแบบเดิมต้องปรับลักษณะของร้านค้าปลีกแบบเดิมที่กำลังเปิดดำเนินการ อยู่ร้อยละ 76.4 ($V=0.764$) รองลงมา คือ ต้อง



ปรับขนาดของกิจการค้าปลีก อยู่ร้อยละ 76.1 ($V=0.761$) ต้องเพิ่มจำนวนบุคลากรในร้านค้าปลีกแบบเดิมที่กำลังเปิดดำเนินการ อยู่ร้อยละ 74.6 ($V=0.746$) รวมถึงการเข้ามาของร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อขายปัจจุบันโดยประมาณ ต่อวันของร้านค้าปลีกแบบเดิม อยู่ร้อยละ 72.2 ($V=0.722$) และที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบเดิมอยู่ร้อยละ 64.8 ($V=0.648$) ยกเว้น ระดับการศึกษาเจ้าของร้านค้า รูปแบบการดำเนินการ ปี พ.ศ. ที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเริ่มเปิดทำการ และเวลาที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเปิดให้บริการ 1 วัน ไม่มีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบเดิมเมื่อมีการเปิดเสรีการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่

จากการยืนยันองค์ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าสถิติทุกค่ามีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เว้นแต่ค่า χ^2/df แต่ก็สามารถอนุมานได้เพราะค่าสถิติ $\chi^2\text{-test}$ ผ่านเกณฑ์แสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้าง ของการเปิดเสรีการค้าของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมในเชิงสมมติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น และมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ทำให้พบว่า ตัวแปรแฝงการเปิดเสรีทางการค้าของร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมในทุกด้านโดยเฉพาะด้านที่มากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ($\beta = 0.84$) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า สัมประสิทธิ์การถดถอย ($\beta = 0.83$)

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าของร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ทำให้ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกแบบเดิมนั้นลดลงเพราะประชาชนมีทางเลือกที่มากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และมีระบบการจัดการเกี่ยวกับด้านการขายที่ดี ไม่ว่าจะเป็น การส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณาสินค้าว่า มีสินค้าครบครันทุกสิ่งตามความต้องการของลูกค้า ทำให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ตรงกันข้ามร้านค้าปลีกแบบเดิม ไม่มีเงินทุนที่ใช้ในการสนับสนุนในเรื่องดังกล่าว พร้อมกับ ไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถในการตลาด ทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีกแบบเดิม มีลักษณะแคบ ไม่กว้างขวาง เหมือนกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในร้านค้านั้นมีจำนวนจำกัดชนิด ไม่มีความหลากหลาย จึงส่งผลให้ประชาชนหันไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ นอกเหนือจากนี้จากผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัย ยังพบว่า ขนาดของร้านค้าปลีกมีผลต่อร้านค้าปลีกแบบเดิม ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากว่า ถ้าขนาดของร้านค้าปลีกมีขนาดเล็ก จะส่ง ผลต่อความรู้สึกไม่สะดวกต่อการหาสินค้า เพราะขาดความเป็นระเบียบในการจัดหมวดหมู่สินค้าและยุ่งยากต่อการหาสินค้า และผู้ให้บริการจะมีความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าแต่ละอย่างต้องเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อสนองความต้องการ จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ยังมีความ



สอดคล้องกับการวิจัยของ Bhatnagar Ami (1998). ศึกษาการบริหารความหลากหลาย ของสินค้าภายในร้านว่า ผลการวิจัย พบว่า สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องสนใจ และนำมาใช้ในการจัดการด้าน การบริหารผลิตภัณฑ์ เพื่อคัดเลือกสินค้าที่จะนำมาขายภายในร้านให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลา โดยทั่วไปผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะไม่สนใจถึงความลึก (Depth) หรือความกว้าง (Breadth) ของสินค้าภายในร้านว่า มีมากมายหลากหลายเพียงใด แต่จะสนใจเพียงว่าภายในร้านนั้นๆ มีสินค้าที่ตนเองต้องการจะซื้อหรือค้นหาอยู่หรือไม่ ดังนั้นร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ จึงพยายามที่จะจัดหาสินค้ามาขายให้ครบถ้วน ในลักษณะที่คล้ายๆ กันหรือเหมือนกันกับคู่แข่ง แล้วให้ผู้บริโภคเปรียบเทียบราคาและตัดสินใจเอง

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังได้ไปสอดคล้องกับการวิจัยของ คุณาริป แสงฉาย (2544) ศึกษาการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และผลกระทบต่อร้านขายของชำดั้งเดิม ผลการศึกษา พบว่า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจในช่วงเศรษฐกิจ ฟองสบู่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้มีการพัฒนาแตกออกไปหลายรูปแบบและขยายสาขาอย่างมากมาย โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ และดิสเคาน์สโตร์ ซึ่งเน้นการขยายสาขาเพื่อเพิ่มยอดขายและการประหยัดต่อขนาด มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และศูนย์กระจายสินค้าเพื่อบริหารต้นทุนสินค้า นอกจากนี้ดิสเคาน์สโตร์ยังส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำทางด้านการจราจร และความเสียหายในขณะก่อสร้างอาคารอีกด้วย อย่างไรก็ตามร้านขายของชำก็ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าจากดิสเคาน์สโตร์เมื่อมีการลดราคา และได้รับผลพลอยได้จากผู้คนจำนวนมากที่เข้ามาในพื้นที่ อันเป็นที่ตั้งของดิสเคาน์สโตร์ ผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อและดิสเคาน์สโตร์ส่วนใหญ่ยังใช้บริการร้านขายของชำควบคู่กันไป แต่ก็ใช้บริการน้อยลงเมื่ออยู่ใกล้ร้านสะดวกซื้อและดิสเคาน์สโตร์มากขึ้น ทั้งนี้ทำเล ที่ตั้งของร้านขายของชำเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ ส่วนข้อเสียของร้านขายของชำในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่คือ สินค้า เก่าเก็บ และไม่ติดป้ายราคาสินค้า

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระหว่างสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม พบว่า มีค่า P-Value ตั้งแต่ 0.002–0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นต้องปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายถึง เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิมซึ่งมีผลทำให้ร้านค้าปลีกแบบเดิม ต้องมีการปรับสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิม



เมื่อหาขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม โดยค่าสถิติ Cramer's V เรียงตามลำดับขนาดของความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ตามลำดับ พบว่า เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าของร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่เข้ามา มีผลทำให้ร้านค้าปลีกแบบเดิมต้องทำการปรับตัวเกี่ยวกับขนาดของกิจการร้านค้าปลีกอยู่ร้อยละ 78.5 ($V=0.785$) รองลงมาต้องปรับจำนวนบุคลากรในร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ อยู่ร้อยละ 76.4 ($V=0.764$) ต้องปรับยอดขายปัจจุบัน โดยประมาณต่อวันของร้านค้าปลีกแบบเดิมอยู่ร้อยละ 72.5 ($V=0.725$) เว้นแต่รูปแบบการดำเนินการ ที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบเดิม ลักษณะของร้านค้าปลีกแบบเดิมที่เปิดดำเนินการ ปี พ.ศ. ที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเริ่มเปิดทำการ เวลาที่ร้านค้าปลีกแบบเดิมเปิดให้บริการ 1 วัน และการแบ่งหน้าที่หลักของร้านค้าปลีกแบบเดิม ไม่มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบเดิม

จากการยืนยันองค์ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า การเปิดเสรีทางการค้า มีผลต่อ การปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบเดิมโดยมีผลกระทบต่อด้านที่มากที่สุดคือ ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ($\beta = 0.63$) รองลงมาคือ ด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ($\beta = 0.53$)

ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสาเหตุที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีเทคโนโลยีต่างๆ มากมายในการบริการแก่ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเครื่องทำความร้อน เครื่องชงกาแฟมีระบบการคิดราคาสินค้าที่รวดเร็ว และถูกต้อง รวมไปถึงการบริการถึงความสะดวกในการจ่ายบิลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการหันไปใช้บริการกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น จากผลการวิจัยดังกล่าวยังได้ ไปสอดคล้องกับการวิจัยของ กิตติพงษ์ แสงทิพย์กัญญา (2544). ศึกษาผลกระทบจากศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 3 แห่งต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภค ของผู้บริโภคทั้งก่อนและหลัง การมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อร้านค้าปลีก ผลการศึกษา พบว่า ก่อนที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่จะเข้ามาดำเนินการนั้น ผู้บริโภคนิยมใช้บริการร้านขายของชำใกล้บ้านที่สุด เนื่องจาก มีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ราคาของสินค้า ระยะเวลา และความสะดวกในการเดินทาง แต่หลังจากที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่เข้ามาดำเนินการแล้ว พบว่า ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปซื้อสินค้าตามศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้า มีสถานที่จอดรถ และมีปริมาณสินค้าพอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังไปสอดคล้องกับการวิจัยของ นภาพรณ อ่อนนาค (2545) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ผลการวิจัย พบว่า เริ่มแรกในทางการค้าของร้านค้ารายย่อยเป็นธุรกิจ ที่ทำกันเองในครอบครัว โดยทำการเริ่มต้นจาก



เงินออมของครอบครัว ในช่วงแรกของการทำธุรกิจประเภทนี้ทำให้มีรายได้ดี แต่หลังจากที่มีธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ (ดิสเคาน์สโตร์) เข้ามาทำให้ธุรกิจมีรายได้น้อยลง จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านค้ารายย่อยน้อยลง และเมื่อเทียบกับปี 2539 ผู้บริโภคมีความนิยมที่ใช้บริการทางด้านธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่มากขึ้น เนื่องจากสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และได้รับการบริการที่ดี ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้ารายย่อยเกิดปัญหาในเรื่องเงินทุน และการปรับปรุงร้านค้าของตนเพื่อสู้กับธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ แต่ส่วนใหญ่ก็ต้องปิดกิจการลง ทางรัฐบาลได้เข้ามาช่วยเหลือ ได้เพียงแต่การกำหนดราคาสินค้า การเปิด-ปิดให้เป็นเวลาเท่านั้น ทั้งนี้ร้านค้ารายย่อยมีความเห็นด้วยกับการดำเนินการ ของภาครัฐแต่ไม่แน่ใจในแง่ช่องทางการปฏิบัติตามมาตรการจะทำให้จริงมากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ควรมีการเพิ่มปริมาณสินค้าให้หลากหลายกับความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยอาจจะเพิ่มวิธีการขายด้วยการส่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น
- 2) ควรมีการขยายร้านค้าให้มีพื้นที่มากขึ้นกว่าเดิมอาจจะทำเป็น 2 ชั้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ มากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงการจัดสินค้าต้องจัดให้เป็นหมวดหมู่เพื่อความเป็นระเบียบในการเลือกซื้อสินค้า
- 3) ตัวแปรหนึ่งที่สำคัญคือ ตัวแปรด้านการบริการ เนื่องจากร้านค้าปลีกแบบเดิมด้านการบริการ จะยังไม่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคเพราะเพียงแค่คิดว่าผู้บริโภคเพียงมาซื้อแล้วก็ไปซึ่งผิดหลักการบริการ ดังนั้น ร้านค้าปลีกควรเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ที่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรเพิ่มวิธีการวิจัยอาจเป็นวิธีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเจาะลึก





เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ แสงทิพย์กัญญา (2544). ผลกระทบจากศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 3 แห่ง ต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คุณาริพ แสงฉาย (2544). การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และผลกระทบต่อร้านค้าขายของชำดั้งเดิม. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิทยากร เชียงกุล (2545). เศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจโลก.(online). สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558, จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ เว็บไซต์ : <http://www.thansettakij.com>
- ลูก แสง (2546). ธุรกิจร้านกาแฟ, คอลัมน์ส่องมองคิดปีก (online). สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558, จากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ จากเว็บไซต์ <http://www.geocities.com/coffee>.
- นุจรี คงทวีผล. (2549). ผลจากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นราศรี ไววานิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2538). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพรณี อ่อนนาค. (2545). พฤติกรรมการบริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2553). ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 53, 52-55.
- ชุตินันท์ ประชานุกุล. (2554). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Bhatnagar, Ami (1998). *An Inquiry into the Determinants of Store Assortments, Retail Formats and Patronage Patterns (Consumers)*. Ph.D. dissertation University of Buffalo. The State University of New York, USA.
- Fox, Edward Joseph (1999). *Analysis of Household Shopping Behavior across Retail Formats (Chain Stores)*. Ph.D. dissertaiton University of Pennsylvania, USA.