

2. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งมีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี สอดคล้องกับ การศึกษาของ Hisrich และ Peters (1998) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นเพศชายเริ่มต้นธุรกิจระหว่างอายุ 35-45 ปีและเพศหญิงเริ่มต้นธุรกิจระหว่างอายุ 25 – 35 ปี อาจเป็นเพราะว่าเป็นวัยผู้ใหญ่เต็มตัวและมีความพร้อมในการบริหารจัดการและการตัดสินใจในทุกเรื่องที่สามารถแก้ปัญหาได้ นอกจากนี้พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าส่งมีอายุต่ำสุด 19 ปี และมีอายุสูงสุด 56 ปี สอดคล้องกับแนวคิดของ วินิจ (2528) ที่ว่า การจะประกอบอาชีพธุรกิจธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการสามารถเริ่มทำได้ตั้งแต่อายุน้อย และสามารถทำได้ตลอดขึ้นอยู่กับความสามารถของร่างกายและความต้องการ และจากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านค้าปลีก-ค้าส่ง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ทำธุรกิจเนื่องจากเป็นความต้องการของตนเอง

3. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการร้านค้าส่งครึ่งหนึ่งมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับการส่งเสริมการศึกษาตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยและ สอดคล้องกับการศึกษาในระยะที่ 2 ของผู้วิจัย เรื่อง “วิถีและคุณค่าของร้านค้าปลีก” พบว่า ร้านค้าปลีกมีส่วนช่วยในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของครอบครัวของร้านค้าปลีก และบุตรหลานในร้านค้าปลีกยังได้ระบุด้านความต้องการประกอบอาชีพร้านค้าปลีกในอนาคต อาจเป็นเพราะว่าได้เรียนรู้ระบบการทำงาน การค้ามาตลอดระยะเวลาการเจริญเติบโตในวัยเด็ก และเมื่อได้สำเร็จการศึกษาแล้ว ถึงแม้ว่าอาจจะได้ไปทำงานกับองค์กรอื่นที่อาจจะไม่ถูกอภัยด้วย ก็ยังมีทางเลือกที่จะกลับมาประกอบอาชีพของครอบครัวที่เป็นอาชีพที่มีความรู้และความสามารถมาก่อน

4. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งมีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจเฉลี่ย 16.73 ปี และร้อยละ 70.0 มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับการศึกษาของ R. Anderson และ J. Dunkelberg (1990: 5) พบว่า ร้อยละ 79 ของธุรกิจขนาดย่อมที่ไม่ประสบความสำเร็จมีอายุน้อยกว่า 10 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการดังกล่าวส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในอาชีพของตน

5. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกข้ามชาติ สอดคล้องกับผลการวิจัยในระยะที่ 1 เรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย” ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจข้ามชาติ แสดงให้เห็นว่าการเข้ามาดำเนินธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้ส่งผลกระทบในภาพรวมของทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง และส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่าจะมีการรวมพลังการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับร้านค้าปลีก-ร้านค้าส่งของไทย

6. ในส่วนของการจัดตั้งระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกของไทยในอนาคต ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นสิ่งจำเป็นที่รัฐบาลควรผลักดันการช่วยเหลือธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งให้เป็นนโยบายแห่งชาติ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือให้ร้านค้าปลีก – ร้านค้าส่งให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าปัจจุบัน ควรมีการจัด

ตั้งระบบคลังสินค้าที่เน้นการให้บริการร้านค้าปลีกในเครืออย่างรวดเร็ว อาจเป็นเพราะความมุ่งมั่นของรัฐบาลที่ได้เคยพยายามช่วยเหลือระบบธุรกิจค้าปลีก – การค้าส่งในรูปของบริษัทเอ อาร์ ที ที่ได้พยายามมาแล้วแต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะปัญหาด้านราคาสินค้าและความรวดเร็วในการส่งสินค้า

7. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งบางส่วนยังไม่เห็นด้วยกับการจัดตั้งธุรกิจค้าปลีก – การค้าส่งของไทย เป็นแบบธุรกิจแฟรนไชส์เช่นเดียวกับร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการดังกล่าวยังไม่ได้ศึกษารายละเอียดของระบบของธุรกิจแฟรนไชส์เท่าที่ควรและในระบบธุรกิจแฟรนไชส์ต้องมีการจ่ายค่าดำเนินการ ซึ่งเป็นระบบใหม่ที่ต้องทำความเข้าใจร่วมกัน

8. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดการฝึกอบรม “การทำร้านค้าปลีก – ค้าส่งแบบสมัยใหม่” เป็นสิ่งจำเป็นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการในเรื่องนี้ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ระบุความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมอาจเป็นเพราะว่าระบบการค้าสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหาร และผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความสามารถเพื่อความอยู่รอด และการแบ่งตลาดจากความต้องการในการบริโภคสินค้าจากร้านค้าปลีก – การค้าส่งในรูปของการแข่งขันในปัจจุบัน

9. ผู้ประกอบการร้านค้าส่งเกือบหนึ่งในสี่ไม่ตอบ และไม่พร้อมที่จะจ่ายค่าดำเนินการฝึกอบรม อาจเป็นเพราะว่าสำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการฝึกอบรมให้กับกลุ่มร้านค้าปลีก – ค้าส่ง โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย มาแล้วหลายครั้ง

10. ความคิดเกี่ยวกับการขายสินค้า และการให้บริการผู้ประกอบการร้านค้าส่งเกือบทั้งหมดมีความเห็นตรงกันว่า สินค้าที่จำหน่ายจำเป็นหน่วยต้องมีต้นทุนต่ำ สินค้าจะต้องมีระบบการจัดเรียงให้เป็นระเบียบ ควรใช้บาร์โค้ดและป้ายรหัสสินค้าควรมีระบบการเก็บสต็อกด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และควรใช้เครื่องคิดเงินในการบันทึกการขาย รวมถึงพนักงานต้องแต่งเครื่องแบบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับระบบการค้าปลีกแบบสมัยใหม่ (New Trade) ที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน

11. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่าร้านค้าปลีก – ค้าส่งของไทยจำเป็นต้องเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง อาจเป็นเพราะว่าร้านค้าปลีก – ค้าส่งของไทยที่ดำเนินธุรกิจมาช้านานนั้นมิได้ดำเนินกิจการและให้บริการตลอดเวลา 24 ชั่วโมง มาก่อน จึงไม่คุ้นเคยและไม่เห็นความจำเป็น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง "การพัฒนารูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา ผลกระทบและแนวทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย 3) ศึกษาคุณค่าของร้านค้าปลีกในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล รวมถึงการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมของชุมชน 4) ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ที่จะเป็แนวทางในการสร้างระบบธุรกิจค้าปลีก เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง 5) สังเคราะห์รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง และ6) นำเสนอผลของรูปแบบที่ค้นพบให้กับบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบและวิพากษ์ พร้อมทั้งประเมินผลหาข้อสรุปความเป็นไปได้เกี่ยวกับรูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเองจากองค์เครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยและนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก-ค้าส่ง ของไทยทั่วราชอาณาจักร และบุคคลที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนของภาครัฐ เอกชนและในนามสมาคมและชมรมร้านค้าปลีก-ค้าส่ง รวมถึงนักวิชาการและผู้บริโภคสินค้าจากร้านค้าปลีก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ **ผลการวิจัยส่วนที่ 1** "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ" พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิงร้อยละ 57.6 และเพศชายร้อยละ 40.6 อายุของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก มีอายุเฉลี่ย 43.24 ปี เป็นผู้ที่อายุน้อยที่สุด 17 ปี และมีอายุสูงสุด 75 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก เกือบสามในสี่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 73.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมากกว่าร้อยละ 26.1 มากกว่าครึ่งสมรสแล้วร้อยละ 57.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก เริ่มทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกอายุเฉลี่ย 32.45 ปี มีประสบการณ์เฉลี่ย 12.57 ปี มีขนาดร้านค้าปลีกเฉลี่ย 69.08 ตารางเมตร ซึ่งมีขนาดของธุรกิจร้านค้าปลีกน้อยที่สุด 12 ตารางเมตร และมีขนาดของธุรกิจร้านค้าปลีก สูงสุด 800 ตารางเมตร ธุรกิจร้านค้าปลีกใช้บุคคลช่วยงานในร้านเฉลี่ย 2.7 คน ประมาณหนึ่งในสามไม่ใช้ผู้ช่วยเลย และมีผู้ช่วยในร้านค้าปลีกสูงสุดมีจำนวนมากถึง 50 คน มากกว่าครึ่งใช้ผู้ช่วยที่ไม่ใช่บุตรและธิดา ส่วนใหญ่มีระยะ

เวลาทำการเปิดร้านค้าปลีกวันละ 12 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 06.00 น. – 8.00 น. สองในสามดำเนินธุรกิจแบบ ไม่มีวันหยุดร้อยละ 66.5 ลงทุนครั้งแรกเฉลี่ย 183,705.34 บาท โดยเริ่มลงทุนครั้งแรกต่ำสุดเป็นเงิน 500 บาท และเริ่มลงทุนสูงสุดครั้งแรกเป็นเงิน 500,000 บาท มากกว่าสองในห้าเป็นการลงทุนด้วย ตัวเองร้อยละ 42.0 รองลงมาได้แหล่งลงทุนจากบิดา/มารดาร้อยละ 31.4 สามในห้าดำเนินธุรกิจโดย ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าสถานประกอบการร้อยละ 60.7 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกครึ่งหนึ่งมีภาระหนี้สินร้อยละ 50.2 การดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกกินทุนเฉลี่ย 2.67 ปี ใช้เวลาในการกินทุนต่ำสุด 1 ปีและใช้เวลาในการกินทุนสูงสุด 10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกมากกว่าครึ่งแสดงความเห็นว่าการซื้อร้านเป็นสิ่งจำเป็นร้อยละ 54.5 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนมากมีความพึงพอใจในรายได้ของธุรกิจร้านค้าปลีกก่อนมีธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ในปัจจุบันมีความพึงพอใจในรายได้ลดลง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกมากกว่าสองในห้ามีความคิดเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกมีบทบาทในการพัฒนาบุตรหลานร้านค้าปลีกมากกว่าสามในห้าได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ คือ ผลกระทบด้านรายได้ ความสัมพันธ์ในครอบครัว และผลกระทบด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสามในสี่ซื้อสินค้าจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติมาจำหน่าย เกือบสามในสี่ตระหนักถึงผลกระทบระยะยาวจากธุรกิจค้าปลีกข้าม ทั้งนี้ สองในห้ายอมรับสภาพและจะทำอาชีพค้าปลีกต่อเนื่อง และมั่นใจต่อสู่ได้ โดยจะทำอาชีพค้าปลีกด้วยความอดทน เกือบครึ่งไม่มีความแน่ใจที่จะประกอบอาชีพอื่น แต่หากจะต้องประกอบอาชีพอื่น พบว่าครึ่งหนึ่งระบุจะทำอาชีพธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจัยที่เกี่ยวกับปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก มี 2 ส่วนประกอบ คือ 1) **ปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านความรู้ความสามารถ** คือ ขาดความกระตือรือร้นในการขาย ไม่มีการจูงใจการขาย การบริการไม่สร้างความพอใจให้กับลูกค้า เลือกจำหน่ายสินค้าที่ไม่สร้างความพอใจให้ลูกค้า แก้ปัญหาเองไม่ได้ ปกครองบุคลากรในร้านค้าปลีกไม่ได้ ไม่มีที่ปรึกษา เสียกำลังใจเพราะระดับการค้าขายลดลง และไม่สามารถควบคุมรายจ่าย 2) **ปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่น** คือ มีทุนน้อยในการสต็อกสินค้า ไม่มีผู้ช่วย หรือ พนักงานเปลี่ยนย้ายงานบ่อย สินค้ามีราคาสูงกว่าธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และเล่นการพนัน หรือ เล่นหวยรัฐบาล หรือ เล่นหวยใต้ดิน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก มี 4 ส่วนประกอบ คือ 1) **คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก** คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการค้าขาย มีความเชื่อมั่นในตัวเอง รักความเป็นระเบียบ สามารถพูดให้ลูกค้าพอใจในสินค้าและบริการ มีความสามารถในการจูงใจลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความต้องการประสบความสำเร็จสูง 2) **ความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจค้าปลีก** คือ สามารถจัดคนให้เหมาะสมกับหน้าที่ การงาน จำหน่ายสินค้ามีมาตรฐานตามที่ผู้ซื้อต้องการ สินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ สอบถามความพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ สามารถจัดเก็บสต็อกสินค้าได้อย่างเป็นระเบียบ สอนบุคลากรสามารถแนะนำสินค้าได้ สามารถสรุปผลข้อมูลทางการเงิน สามารถจัดบันทึกด้าน รายรับ/รายจ่าย ดูแลการ

บริการให้รวดเร็ว สามารถวางแผนด้านการจัดซื้อ เอาใจใส่ให้ร้านค้าเป็นระเบียบอยู่เสมอ และกำหนดราคาสินค้าให้มีราคาถูก (เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น) 3) บทบาทร้านค้าปลีกทางคุณค่าต่อชุมชน คือ การดูแลร้านค้าปลีกต้องไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน และให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามคำแนะนำโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ และ4) ความสามารถในการวิเคราะห์ทำเล คือ รู้ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้ากับทิศทางสัญจรของลูกค้า และสามารถเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าได้เหมาะสม

ปัจจัยการจัดการรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยมี 11 ตัวแปร คือ รูปแบบธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทยต้องมีระบบระเบียบการจัดเรียงสินค้า จัดให้มีระบบระเบียบการฝึกอบรมพนักงาน ขาย จัดให้มีกิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เพื่อการแข่งขันเสมอ ๆ มีระบบระเบียบการส่งและควบคุมสินค้า มีระบบระเบียบการจัดการด้านการเงิน มีระบบระเบียบการจัดทำบัญชี มีระบบระเบียบการจัดร้านที่แน่นอนและเป็นแบบแผน มีกิจกรรมพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นโบนัสจากการทำงานหนัก มีการแข่งขันทำยอดขายเพื่อรับรางวัล และมีกำหนดวัน เวลา และชั่วโมง ในการเปิดปิดร้าน

ปัจจัยความต้องการของการจัดระบบรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยมี 6 ตัวแปร คือ ต้องการระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน ต้องการได้สิทธิกู้เงินในการพัฒนาร้านค้า และวงเงินในการซื้อสินค้า ต้องการฝึกอบรม เพื่อ เข้าสู่ระบบการทำธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ ต้องการได้สิทธิในการสั่งซื้อสินค้าต้นทุนใกล้เคียงร้านค้าปลีกข้ามชาติ ต้องการเข้าประชุมเพื่อสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจเดือนละ 1 ครั้ง และต้องการเข้าสู่ระบบภาษีฉบับใหม่ โดยไม่ตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง

ผลการวิจัยส่วนที่ 2 จากการศึกษาเรื่อง “วิถีและคุณค่าของธุรกิจร้านค้าปลีก” แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 2.1) ได้ศึกษาจากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก (ร้านโชห่วย) พบว่า บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในธุรกิจร้านค้าปลีกของไทยทั้งหมดมีฐานะเป็นญาติ ได้แก่ เป็นบุตร-ธิดา เป็นญาติ เป็นบิดา มารดาเป็นสามีหรือภรรยาและเป็นหลาน ตามลำดับ และเกือบทั้งหมดช่วยงานในธุรกิจร้านค้าปลีก 94.6%) เกินครึ่งเป็นเพศหญิง (54.2%) มีอายุเฉลี่ย 29.9 ปี มีอายุต่ำสุด 11 ปี และมีอายุสูงสุด 60 ปี ประมาณครึ่งหนึ่งมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่า (51.3%) สถานะภาพสมรสของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในธุรกิจร้านค้าปลีกของไทยเกือบสองในสามเป็นโสด (65.1%) สองในสามดำเนินงานแบบไม่มีวันหยุด (66.3%) ส่วนมากเปิดดำเนินการร้านค้าระหว่างเวลาหกถึงแปดโมงเช้า (75.3%) บุคคลเหล่านั้นเกือบสามในสี่มีความตั้งใจจะทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกในอนาคตมากถึง (74.1%) เพราะเห็นว่าเป็นอาชีพอิสระ เป็นอาชีพของครอบครัว และเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี ส่วนใหญ่ระบุว่า การช่วยงานในร้านค้าปลีกทำให้ได้รับความรู้ และทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่ออาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาบุคคลในด้านต่าง ๆ ตามลำดับ คือ ความสามารถในการคิดคำนวณเลข ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่การงาน ความอดทนอดกลั้น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน การบริหารงานบุคคล ความกล้าที่จะปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ความสามารถ

ในการจัดจำหน่ายสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้า รู้จักในตัวสินค้า ด้านการตัดสินใจ ความสามารถในการแนะนำสินค้า การรู้จักมองการณ์ไกลในการทำธุรกิจ ความสามารถในการจัดเรียงสินค้า ความสามารถในการสั่งซื้อสินค้า และความสามารถในการทำบัญชี

ร้านค้าปลีกมีคุณค่าต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชน คือ มีการเสนอให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ จำหน่ายสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ นำสินค้าที่มีประสิทธิภาพมาจำหน่าย เป็นอาชีพหลักของครอบครัว ส่งเสริมบุคคลในครอบครัวให้ทำธุรกิจ เป็นแหล่งสินค้าที่สำคัญในชุมชน บุคคลในครอบครัวมีรายได้เสริมจากการช่วยงานในร้านค้าปลีก และมีการจ้างงานจากบุคคลภายนอกครอบครัว **ร้านค้าปลีกมีคุณค่าต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลใน ชุมชน** คือ ช่วยเหลือให้บุคคลในชุมชนรู้จักทำธุรกิจการค้า เป็นสถานที่ที่คนในชุมชนภาคภูมิใจ เป็นแหล่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชน เป็นแหล่งรับซื้อสินค้าในชุมชน และเป็นแหล่งการสร้างงานในชุมชน **ร้านค้าปลีกมีคุณค่าต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของชุมชน** คือ เป็นแหล่งจุดศูนย์รวมของคนในชุมชน ให้ความสะดวกสบายแก่บุคคลในสังคมในด้านการหาซื้อสินค้า ให้ความร่วมมือช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชน ให้การรับใช้ชุมชน เป็นแหล่งกระจายข่าวสารแก่ชุมชน และเป็นผู้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสู่ชุมชน

การพัฒนาระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยในอนาคต พบว่า บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยได้เสนอความคิดเห็นในการพัฒนาระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยในด้านต่าง ๆ คือ ร้านค้าปลีกจำเป็นต้องหาสินค้าที่หลากหลายมาวางจำหน่าย ควรมีการจัดการเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการสั่งซื้อสินค้า ควรสร้างระบบการเข้าถึงลูกค้ารายย่อย ควรสร้างระบบประสิทธิภาพในการลดต้นทุนของสินค้า ควรมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจค้าปลีกรายย่อยเพื่อร่วมปรึกษาหาแนวทางร่วมกันสู่ความสำเร็จร่วมกัน ควรขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลให้ช่วยส่งเสริมกิจการร้านค้าปลีกของไทย ควรได้รับการส่งเสริมการสร้างระบบประสิทธิภาพ ควรนำการบริหารจัดการแผนใหม่มาใช้ในระบบร้านค้าปลีก ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการร้านค้า และควรสร้างระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยในรูปแบบแฟรนไชส์

ผลการวิจัยส่วนที่ 2.2 คุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจร้านค้าปลีก พบว่า บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านค้าปลีกเห็นคุณค่าของร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานาคุณลักษณะบุคคลที่ดีและมีสมรรถนะที่พึงประสงค์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกอย่างเด่นชัดและเป็นรูปธรรม เนื่องจากการได้เกิดและมีชีวิตอยู่ในครอบครัวที่ดำเนินอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก ทำให้บุคคลที่อยู่ในครอบครัวดังกล่าวปฏิเสธไม่ได้ที่จะต้องรับรู้และเรียนรู้กิจกรรมของครอบครัว โดยเฉพาะการได้มีส่วนช่วยในการจำหน่ายและ ให้บริการลูกค้าในร้านค้าปลีก การได้คลุกคลีทำให้ได้เรียนรู้ระบบการทำงานการค้าและการส่งสมสิ่งที่ได้เรียนรู้ในระยะเวลาอันนาน ได้ซึมซับสิ่งที่ได้เห็นและได้เรียนรู้ จนกระทั่งอาจส่งผลให้กลายเป็นนิสัยของบุคคลนั้น ๆ ได้ คือ การเป็นคนมี

นิสัยประหยัด การรู้จักที่จะทำงานหนักได้ ความเป็นคนไม่รู้จักความย่อท้อ รวมถึงการทำงานแบบไม่มีกำหนดเวลา มีความอดทนที่จะทำงานกับลูกน้องได้ สามารถบริหารงานบุคคล การคิดคำนวณเลข การสร้างสมความเชื่อมั่นให้กับตนเองการกำหนดเป้าหมายชีวิต การตัดสินใจ การเป็นผู้มีความซื่อสัตย์ มีความคิดที่กล้าจะทำงานใหญ่ได้ มีความยุติธรรม การให้ออกาสผู้อื่น การไว้วางใจเชื่อถือต่อกัน การไม่เอาเปรียบกัน และพันธมิตรทางการค้าในสมัยก่อนนั้นมีจริง นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการพัฒนาศักยภาพของการเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองได้ คือ การได้เรียนรู้วิถีคิดของการทำอาชีพค้าขาย การถ่ายทอดต้นแบบที่ดีของการทำการค้าแบบซื่อสัตย์กับลูกค้า การเข้าใจธรรมชาติของคน การเป็นคนกล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ และการเป็นผู้มีนิสัยของความทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต ในขณะเดียวกันร้านค้าปลีกอาจจะมีความบทบาททำให้บุคคลมี **คุณลักษณะบุคคลที่เป็นด้านลบ** พบว่า มีการระบุถึงความเป็นคนขี้เหนียว ความเห็นแก่ตัว ความพยายามต้องเอากำไรให้มากหากลูกค้าไม่รู้ตัว และการเอากำไรให้มากจากการจำหน่ายสินค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐบาล เช่น จากโรงเรียน หรือ หน่วยงานชลประทาน เพราะได้รับเงินเข้า จึงต้องคิดราคาสินค้าสูงกว่าราคาขายตาม ปกติ เป็นต้น

ผลการวิจัยส่วนที่ 3 จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยสำคัญของการทำระบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยเป็นเพศชายร้อยละ 70.0 มีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี มีอายุสูงสุด 56 ปี และมีอายุต่ำสุด 19 ปี ครั้งหนึ่งสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 63.3 สมรสแล้ว มีประสบการณ์การบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งมาแล้วเฉลี่ย 16.73 ปี ซึ่งบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งมาแล้วสูงสุด 40 ปี และบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งต่ำสุด 2 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยทั้งหมดได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เกือบครึ่ง คือ ร้อยละ 46.7 ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยทั้งหมดเห็นด้วยว่า ควรมีการรวมพลังสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทย ควรมีการจัดตั้งระบบคลังสินค้าที่เน้นการให้บริการร้านค้าปลีก-ค้าส่งในเครือข่ายอย่างรวดเร็ว และควรให้มีการจัดตั้งธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งของไทยในรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ การสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยในอนาคตควรได้รับการผลักดันจากรัฐบาลให้เป็นนโยบายแห่งชาติ รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือร้านค้าปลีก-ค้าส่งที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าที่เป็นอยู่ มีการจัดการฝึกอบรม “การทำร้านค้าปลีก-ค้าส่ง-ค้าส่งแบบสมัยใหม่” และส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมรับการฝึกอบรม และเกือบสามในสี่พร้อมที่จะจ่ายค่าเข้ารับการฝึกอบรม

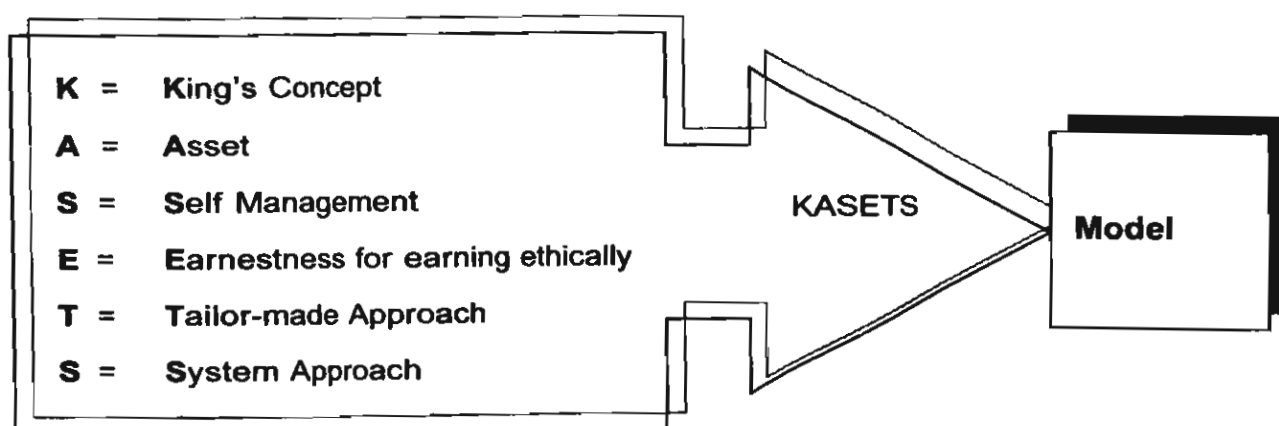
ขายสินค้าและการให้บริการของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยในอนาคตนั้น สินค้าต้องมีต้นทุนต่ำ สินค้าต้องมีระบบการจัดเรียงให้เป็นระเบียบ ควรใช้บาร์โค้ด หรือ ป้ายแสดงรหัสสินค้า ควรใช้เครื่องคิดเงินในการบันทึกการขาย ควรมีระบบการสต็อกสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์ พนักงานขายต้องแต่งเครื่อง

แบบ และผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่าร้านค้าปลีก-ค้าส่งรายย่อยของไทยต้องเปิดบริการ 24 ชั่วโมง

ผลการวิจัยส่วนที่ 4 การสังเคราะห์รูปแบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งสามส่วนที่กล่าวมา พบว่า **ประเด็นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ**ของ “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ประกอบด้วย

1. แนวคิดของ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ (King's Concept)
2. ทรัพย์สินและทรัพยากรบุคคล (Asset)
3. การบริหารงานด้วยตัวเจ้าของกิจการของร้านค้าปลีกเอง (Self Management)
4. ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประกอบอาชีพ เพื่อการยังชีพและการมีรายได้บนพื้นฐานของการมีจริยธรรมทางวิชาชีพ (Earnestness for earning ethically)
5. การจัดรูปแบบธุรกิจสำเร็จรูป หรือ ธุรกิจแบบเบ็ดเสร็จ (Tailor-made Approach)
6. การกำหนดระบบการบริหารจัดการอย่างมีระบบ (System Approach)

ชื่อย่อของ “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ที่นำเสนอคือ **KASETS Model** ดังนี้



ผลการวิจัยส่วนที่ 5 การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) พบว่า “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ที่นำเสนอ นั้น ในที่ประชุมรับได้เกี่ยวกับรูปแบบที่ค้นพบ เกี่ยวกับระบบการจัดการ หากจะให้พึ่งพากันได้ยังจำเป็นต้องใช้ระบบร้านค้าส่งคอยดูแลร้านค้าปลีกให้มาก จนเกิดเป็นกระแสการยอมรับของสังคม ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งต้องพยายามพูดให้ลูกค้าฟังเสมอ ๆ ว่า “สินค้าของร้านค้าปลีกต่างชาติไม่ได้มีราคาถูกเสมอไป” และต้องพยายามชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจว่า “การซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกของไทยไม่มีต้นทุนแอบแฝง” คือ ค่าเดินทาง ค่าน้ำมันรถ

และไม่เสียเวลา นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งของไทยต้องสร้างทายาท หรือ ตัวแทนทางธุรกิจ เพราะระบบของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติใช้ทุนจำนวนมากเพื่อการว่าจ้างผู้บริหาร แต่ร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยต้องทำงานเต็มเวลา ต้องทำงานทุกอย่างและไม่มีตัวแทน

ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทย ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ” ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ที่จะศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ “วิถีและคุณค่าของธุรกิจร้านค้าปลีก” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับวิถีการดำรงชีวิต บทบาทต่อชุมชนและ ความเป็นต้นทุนทางสังคมไทยของธุรกิจร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังได้รับแนวคิดและข้อเสนอแนะ ที่จะใช้เป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง ต่อไป ซึ่งเป็นงานวิจัยหลักของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากงานวิจัย

1. ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย ได้มีการก่อกำเนิดและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยคนไทยเชื้อสายจีน แต่ภาวะวิกฤติได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เมื่อธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้เข้ามาขยายอาณาเขตการธุรกิจค้าปลีกอย่างไม่มีที่ท่าว่าจะชะลอตัว อาจจะเนื่องมาจาก รายได้ที่มีมากอย่างเป็นกอบเป็นกำ ส่งผลให้ในระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา ร้านค้าปลีกของไทยต้องปิดกิจการลงมากกว่าหนึ่งแสนร้านค้าแล้ว
2. ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติ ทั้งในด้านคุณลักษณะบุคคลที่ดี สมรรถนะที่พึงประสงค์ของบุคคล รวมถึงศักยภาพของการเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพและการพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ เมื่อร้านค้าปลีกของไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาบุคคลในครอบครัวธุรกิจร้านค้าปลีก ย่อมหมายถึงว่าร้านค้าปลีกของไทยมีคุณค่าต่อสังคมไทย ดังนั้น หากร้านค้าปลีกของไทยปิดตัวเองลง อาจจะส่งผลให้สังคมไทยเสียโอกาสที่จะได้พัฒนาทรัพยากรบุคคลในชาติจากระบบของร้านค้าปลีกจำนวนมหาศาล คือ หากหนึ่งร้านค้าปลีกของไทยสามารถพัฒนาบุคคลในชาติได้หนึ่งคน นั้นแสดงให้เห็นว่า คนมากกว่าหนึ่งแสนคนต้องเสียโอกาสนั้น และประเทศไทยย่อมได้รับความเสียหายไปด้วย

3. เมื่อธุรกิจค้าปลีกของไทยถูกระบบการค้าปลีกสมัยใหม่ (new trade) เข้ามาแย่งตลาด ดังนั้นการจะแก้ไขปัญหาระบบร้านค้าปลีกของไทย จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบระบบการค้าปลีกสมัยใหม่ ในลักษณะแฟรนไชส์ (franchise) ที่มีระบบการบริหารจัดการเต็มรูปแบบมาใช้ในการบริหารจัดการ ด้วย เพื่อการพัฒนารูปแบบระบบร้านค้าปลีกย่อยของไทยต่อไป

4. ในการพัฒนารูปแบบระบบร้านค้าปลีกย่อยของไทยในอนาคต เพื่อการแข่งขันและการสร้างการยอมรับให้คนไทยยอมรับร้านค้าปลีกของไทย นอกจากจะต้องสร้างระบบให้ต้นทุนทางการค้าต่ำแล้ว อาจจะต้องใช้ระบบการให้สิทธิความเป็นหุ้นส่วนร่วมแบบสหกรณ์ และ/หรือ การสร้างความเป็นธุรกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของและการผลัดกันร่วม และ/หรือ การรณรงค์ความเป็นสมบัติชาติของร้านค้าปลีกของไทยในฐานะคนรักชาติ

5. ในการพัฒนารูปแบบระบบร้านค้าปลีกย่อยของไทยในอนาคต จำเป็นต้องสร้างระบบเครือข่ายร้านค้าปลีกของไทย โดยให้ผู้นำร้านค้าปลีกในชุมชน หรือ ผู้นำร้านค้าปลีกในตัวเมืองจังหวัด เป็นแม่ข่ายและเป็นผู้บริการหลักในเขตพื้นที่ตามความสมัครใจ ในอันที่จะสร้างรูปแบบระบบร้านค้าปลีกย่อยของไทยมีความเข้มแข็งเชิงเครือข่าย ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทยควรตระหนักถึงรูปแบบการทำธุรกิจการค้าปลีก ที่เปลี่ยนไปตามกระแสโลกและความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสร้างการยอมรับและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เช่น การปรับระบบการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ การเสนอให้มีสินค้าหลากหลายมากขึ้น สร้างระบบให้มีการส่งเสริมการขาย และอาจจะต้องมีบันเทิงเสริมด้วย เพื่อให้ระบบของการค้าปลีกของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ต่อไป

2. ธุรกิจการค้าปลีกของไทย จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการค้าปลีก ทั้งระบบ คือ การสร้างอำนาจต่อรองในการจัดซื้อ การขยายเครือข่ายร้านค้าเพื่อรองรับการซื้อปริมาณมาก เพื่อให้ได้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงและสามารถขายได้ในราคาต่ำกว่าคู่แข่งทางการค้า การบริหารสต็อกสินค้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการขายให้แตกต่างและหลากหลายกว่าคู่แข่งทางการค้าในอันที่จะสร้างความพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค การจัดจำหน่ายโดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยทั้งระบบ เพื่อลดการสูญเสียที่จะทำให้ต้นทุนสูง การให้บริการที่เน้นความครบถ้วนของสินค้าและบริการ (One Stop Shopping) และ การขายพื้นที่ให้ธุรกิจรายย่อยเช่า เพื่อสร้างความหลากหลายของความ เป็นศูนย์การค้ามากขึ้น เพื่อไม่ให้ธุรกิจต่างชาติเข้ามามีอำนาจต่อรองทางด้านการค้าปลีกต่อคนไทย ในอนาคตแบบหาทางแก้ไขไม่ได้

3. รูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย และความต้องการระบบรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ควรประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ ระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน ระบบระเบียบการจัดเรียงสินค้า ระบบระเบียบการฝึกอบรม เพื่อ เข้าสู่ระบบการทำธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ กิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น การอบรมให้ความรู้เพื่อการแข่งขัน ระบบระเบียบการสั่งและควบคุมสินค้า ระบบระเบียบการจัดการด้านการเงิน ระบบระเบียบการจัดทำบัญชี ระบบระเบียบการจัดร้านที่แน่นอนและเป็นแบบแผน การได้สิทธิกู้เงินในการพัฒนาร้านค้า และวงเงินในการซื้อสินค้า มีกิจกรรมพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นโบนัสจากการทำงานหนัก มีการแข่งขันทำยอดขายเพื่อรับรางวัล และมีกำหนดวัน เวลา และชั่วโมงในการเปิดปิดร้าน อาจเป็นเพราะปัจจัยต่าง ๆ เป็นความจำเป็นที่ผู้ประกอบการร้านค้า

4. การจะส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีภาวะผู้นำ อาจจะส่งเสริมให้เยาวชนมีโอกาสรเรียนรู้ในวิถีและคุณค่าของร้านค้าปลีก เพราะร้านค้าปลีกมีคุณค่าต่อการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการคิดคำนวณเลข ความรับผิดชอบต่องานที่ทำงาน และการตัดสินใจ และยังจะช่วยในการรักษาคุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจร้านค้าปลีก ได้ด้วย

5. การพัฒนาระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย อาจจะจำเป็นต้องทำในรูปแบบแฟรนไชส์ เพราะเป็นรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ (new trade) ที่อาจจะแก้ปัญหาของระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยได้ในอนาคต

6. การที่ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยมีฐานะเป็นแหล่งจุดศูนย์รวมของคนในชุมชน เป็นแหล่งกระจายข่าวสารแก่ชุมชน และเป็นผู้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสู่ชุมชน แสดงว่า ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย ควรได้รับการพิจารณาให้เป็นสถานที่ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยให้กับชุมชนได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ที่ได้รับผลกระทบจากธรณีพิบัติ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2546 ที่ผ่านมา ที่อาจจะสอดคล้องกับการศึกษาของ สมควร กวียะ, (2523) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย” พบว่า ชาวชนบทในทุกสาขาวิชาชีพ ส่วนใหญ่นิยมรับฟังข่าวสารจากสื่อวิทยุ โดยฟังเป็นประจำทุกวัน และฟังวิทยุวันละ 3 - 5 ชั่วโมง เวลาที่ไม่นิยมรับฟัง คือ หลังจาก 21:00 นาฬิกา

7. รัฐบาลควรทบทวนปรับเปลี่ยนระบบการเก็บภาษีของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยให้มีขั้นตอนน้อยลง คือ ปัญหาการเก็บที่มีความยุ่งยากและมีขั้นตอนมาก เช่น การเก็บภาษีโรง ภาษีรายได้ ภาษีร้านค้า ภาษีป้าย ภาษีการจำหน่ายบุหรี่ย ภาษีการจำหน่ายสุรา ภาษีการจำหน่ายน้ำมันก๊าซ ภาษีการจำหน่ายไฟ ภาษีการจำหน่ายอาหาร และอื่น ๆ ซึ่งมีหน่วยงานรับผิดชอบที่ต่างกันและต้องเสียเวลามากกับการจ่ายภาษีของร้านค้าปลีก-ค้าส่งในแต่ละปี การเก็บบางชนิดมีการขึ้นภาษีทุกปี ในขณะที่ธุรกิจถูกแทรกแซงธุรกิจทำให้เสียกำลังใจ ทั้งนี้รัฐบาลอาจจะใช้ระบบการประเมินมูลค่าธุรกิจของร้านค้าปลีกแต่ละร้านและติดป้ายแสดงการเสียภาษีหน้าร้านค้าเพื่อลดความยุ่งยากและให้โปร่งใส

8. รัฐบาลควรแก้ปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำของโอกาสทางธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติจากการได้สิทธิหย่อนภาษีจาก BOI ที่ยังได้ประโยชน์เหนือร้านค้าปลีกของไทยอีกมาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ที่ประชุมเห็นว่าจากการศึกษาวิจัยนี้มีประโยชน์ที่ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจ แต่ไม่เห็นด้วยหากผู้วิจัยจะทำการวิจัยในลักษณะพัฒนาวิชาการต่อเนื่อง เพราะมีกรมพัฒนาธุรกิจและสมาคมร้านค้าปลีก-ค้าส่งทำอยู่แล้ว ซึ่งจะเป็นการทำงานที่ซ้ำซ้อน และผู้วิจัยไม่มีเครือข่ายในการดำเนินการ

2. ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์สอนหนังสือ หรือ เป็นนักวิชาการ หากจะทำวิจัยให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจค้าปลีกของไทย ควรทำวิจัยเกี่ยวกับ “สภาพ ปัญหา และทางออกของระบบการจัดเก็บภาษีร้านค้าปลีก-ค้าส่ง” เพื่อชี้แนะรัฐบาลที่อาจจะเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งต่อระบบร้านค้าปลีก-ค้าส่ง และประโยชน์ที่รัฐบาลพึงจะได้รับภาษีอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยอีกด้วย สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผู้วิจัยได้รับจากการศึกษา คือ ร้านค้าปลีกไม่อยากจะให้ข้อมูลเพราะเกรงว่าจะเกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีของสรรพากร

Output จากโครงการวิจัยที่ได้รับทุนจาก สกว.

สัญญาเลขที่ MRG4680172

การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจ

ค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง

Thai Small Grocery Sufficiency Business Network System Model Development

ผศ.ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล และ รศ.ดร.เสาวพร เมืองแก้ว ภาควิชาอาชีวศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-mail address: feduscj@ku.ac.th

1. ผลงานตีพิมพ์ในวารสารวิชาการนานาชาติ หรือ ผลงานตามที่คาดไว้ในสัญญาโครงการ

1.1 นำเสนอในการประชุมนานาชาติพร้อมการตีพิมพ์เป็น proceeding ในการจัดประชุมนานาชาติในหัวข้อ "Modern Organic Farming – An Integration of Traditional and Novel Techniques in Agriculture" ระหว่างวันที่ 10 – 12 ธันวาคม 2547 ณ Hanoi Agricultural University, เมืองฮานอย ประเทศเวียดนาม จัดโดย The International Society of Southeast Asian Agricultural Sciences (ISSAAS) งานวิจัยที่นำเสนอเป็นส่วนที่ 1 เรื่อง "Factors of Problems, Impacts and Solutions of Thai Grocery: Effect from International Retail Companies" (เอกสารปรากฏอยู่ที่ภาคผนวก: จดหมายเชิญหน้า 184 เนื้องานที่นำเสนอหน้า 185)

1.2 นำเสนอในการประชุมนานาชาติพร้อมการตีพิมพ์เป็น proceeding ในการประชุมนานาชาติในนาม XIII ARAHE Congress หัวข้อ "Developing Values, Innovation and Enterprise in Home Economics" ระหว่างวันที่ 2-5 สิงหาคม 2548 ณ Orchard Hotel ประเทศสิงคโปร์ จัดโดย Asian Regional Association for Home Economics (ARAHE) งานวิจัยที่นำเสนอเป็นส่วนที่ 2 เรื่อง "Thai Grocery: Value and Future Path" (เอกสารปรากฏอยู่ที่ภาคผนวก: จดหมายเชิญหน้า 186-187 เนื้องานที่นำเสนอหน้า 188 - 197)

1.3 งานวิจัยส่วนที่เหลือกำลังดำเนินการ เพื่อการตีพิมพ์ในวารสารที่เกี่ยวข้องกับ Retail Business โดยได้ติดต่อกับ Prof.Dr.Bob Rider, University of Tennessee, USA

2. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาและสืบค้นอย่างไม่หยุดนิ่ง การสงสัยที่จะให้ได้คำตอบมาตอบโจทย์การวิจัยอยู่เสมอ การใคร่ครวญถึงการตอบอย่างมีเหตุผลและมีทฤษฎีรองรับทางความคิดตามกรอบการทำวิจัย ช่วยให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสนำไปใช้ในการสอน โดยเฉพาะวิชา 180472 ธุรกิจจรรยาบรรณศาสตร์ วิชา 180572 ธุรกิจขนาดเล็กทางคหกรรมศาสตร์ วิชา 181482 บริโภคศึกษาทางสิ่งแวดล้อม วิชา 176111 หลักอาชีวศึกษา วิชา 180111

หลักสูตรศาสตร-ศึกษา ซึ่งเป็นวิชาในส่วนหนึ่งที่ผู้วิจัยรับผิดชอบ ในทำนองเดียวกัน การได้ศึกษา ทำวิจัยอย่างต่อเนื่องช่วยให้ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมที่จะตอบคำถามเกี่ยวกับกระบวนการทำวิจัยของ นิติระดับบัณฑิตศึกษาได้ดีขึ้นด้วย และผู้วิจัยเข้าใจนิสัยของการเป็นนักวิชาการอย่างดีในระยะเวลา เพียงสองปีของการได้คร่ำเคร่งกับการทำงานวิจัยดังกล่าว และใช้โอกาสที่จะสอนและชี้แนะให้นิสิตได้ ฝึกวิเคราะห์วงจรทางสังคมที่มีผลกระทบต่อกันอย่างเป็นระบบ

2.2 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบปะเก็บข้อมูล และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่ง ในหลากหลายวงการและหลากหลายระดับ เช่น

2.2.1 การติดต่อกับผู้นำและเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐบาล เช่น ผู้อำนวยการกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ คุณสมชาติ สร้อยทอง รวมถึงข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของงานพาณิชย์จังหวัด เจ้าหน้าที่ของงานสรรพสามิต และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 การติดต่อกับผู้นำภาคองค์กรเอกชน นายกสมาคมร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทย คุณสมชาย พรรัตน์เจริญ

2.2.3 การติดต่อกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีก-ค้าส่งและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบ ธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งจำนวนมาก

2.2.4 การสัมภาษณ์ผู้บริโภคสินค้าจากร้านค้าปลีก

การได้ติดต่อกับบุคคลที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นและเข้าใจกระบวนการขับเคลื่อนของระบบ ธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่งของไทย และวงจรการขับเคลื่อนที่มีธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเข้ามามีส่วนแบ่งตลาด ผู้วิจัยได้เห็นและได้เรียนรู้กระบวนการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก-ค้าส่ง โดยกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ ได้เห็นการระดมปัญญาถึงสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไข และการรับฟังความคิดเห็นในแง่มุมที่หลากหลาย ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้ใช้บทบาทของการเป็นอาจารย์ ในมหาวิทยาลัยฯ ช่วยสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลต่าง ๆ ถึงการใส่ใจของนักวิชาการ (ในฐานะและ หน้าที่การเป็นอาจารย์ของมหาวิทยาลัยฯ) ที่ตระหนักถึงปัญหาของสังคม และมุ่งมั่นที่จะหาแนวทาง แก้ปัญหาให้กับสังคมในอนาคต (ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงความพึงพอใจที่บุคคลต่าง ๆ แสดงออก)

2.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยมีแนวความคิดที่ประสงค์จะเขียน “คู่มือการทำธุรกิจร้านค้าปลีกมืออาชีพ” โดยการนำเสนอแนวคิดและหลักการในแง่มุมมองการทำ การค้าปลีกที่หลากหลายที่ผู้วิจัยได้เรียนรู้จากงานวิจัย ประกอบกับข้อมูลที่พบว่า บุคคลที่เข้ามาทำ อาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกมีอายุน้อยและมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีในจำนวนมากขึ้น บุคคลกลุ่มนี้ จึงน่าจะต้องการข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยมีความเข้าใจว่า การจะทำธุรกิจไม่ใช่เรื่องยาก แต่ผู้ประกอบการจะ ประมาทไม่ได้ ด้วยควรศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ต้องการประกอบอาชีพแล้วจึงวางแผนอย่างรอบคอบ ก่อนที่จะดำเนินการอย่างจริงจัง และยังคงวางแผนที่จะดูแลธุรกิจให้ตลอดรอดฝั่งและมีผลกำไรให้เป็น ที่น่าพอใจด้วย

2.4 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย ผู้วิจัยคาดว่า สิ่งที่ได้ศึกษาและร่วม กระบวนการฝึกอบรมและกระบวนการกลุ่มกับบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับชาติ น่าจะเป็นผลผลักดัน แนวคิดบางประการ เกิดการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงนโยบายต่อไป เช่น การสร้างกระบวนการ อาหารจากทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมให้ธุรกิจค้าส่งให้ความอนุเคราะห์ร้านค้าปลีกอย่าง ไกล่ล้นและการสร้างพลังที่เป็นเครือข่ายต่อกัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2542. แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคอุตสาหกรรม). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. 2541. แผนแม่บทการพัฒนากำลังคนเพื่ออุตสาหกรรมการผลิตและบริการของประเทศไทย พ.ศ.2541-2549. กรุงเทพมหานคร: กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม.
- กรมการค้าภายใน. 2546. คู่มือร้านค้าปลีก. กระทรวงพาณิชย์. www.thaigov.go.th
- กรมวิชาการ. 2526. รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการจัดการเรียนการสอนวิชาชีพและการฝึกงานทำ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.
- กรมสามัญศึกษา. 2535. คู่มือการบริการประกอบอาชีพอิสระเพื่อการมีรายได้ระหว่างเรียนของนักเรียน. กรุงเทพมหานคร: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา.
- กรมอาชีวศึกษา. 2531. การประกอบอาชีพส่วนตัว. กรุงเทพมหานคร: กองโรงเรียนกรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- กองอนามัยสิ่งแวดล้อม. 2542. แผนล่อยจำหน่ายอาหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักอนามัย. (อัดสำเนา)
- กาญจนา นพพันธ์ และ ศัลยา อักษรมัต. 2544. "เจาะลึกธุรกิจค้าปลีกไทย มุมมองประชาชน สมาคมผู้ค้าปลีก". ส่งเสริมการลงทุน. 3 (เมษายน 2544): 50 – 60.
- กรุงเทพธุรกิจ. เซเว่นโชว์รายได้โต 37% รับผลเศรษฐกิจขาขึ้น. 14 พฤศจิกายน 2546.
- ชาว พงษ์บริบูรณ์. 2531. การทำอาชีพอิสระ. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์การพิมพ์.
- คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. 2540. แนวคิดทฤษฎีการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. ม.ป.ท.
- คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา. 2539. การศึกษาเชิงสังคมวิทยา: ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. กรุงเทพมหานคร: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. 2547 ก. เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- _____ . 2547 ข. การสร้างกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- คณะอนุกรรมการจัดพิมพ์เอกสารเนื่องในวาระครบ ๑๐๐ ปีพระยาอนุมานราชธน. 2532. รวมเรื่องเกี่ยวกับ...วัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- คุณาธิป แสงฉาย. 2544. การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านขายของชำดั้งเดิม. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โครงการส่วนพระองค์. 2539. โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรดา. กรุงเทพมหานคร: โอเอส พรินติ้ง.

- จริยา ทัพพะกุล ณ อุทยาน. 2530. แนวทางการส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ: การคิดเพื่อการพัฒนาคุณภาพงานศิลปหัตถกรรมและอาชีวศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช.
- จิตร ศิธรานนท์. 2548. ร้านค้าปลีกของไทยไม่ตายแต่ต้องมีวิธคิด (บรรยาย). นครนายก: ศูนย์สัมมนาจิตติชนเศว.
- จินตนา สุนทรธรรม, วินิจ วีรยางกูร, จุฬา มนัสไพบุลย์, จงพิศ กนกโชติ และสุทธิมา ชำนาญเวช. 2531. รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการค้าในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย (อัดสำเนา). สนับสนุนโดย Canadian International Development Agency (CIDA).
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. 2540. วัฒนธรรม คือ ทน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พี. เพรส จำกัด ไชย ณ พล. ม.ป.ป. นิสัยแห่งความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: เพรส มีเดีย.
- ชีพสมน รังสยาธรและสุภาพ จัตุราภรณ์. 2543. การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา).
- โชติรส ชวนิชย์, ก่อเกียรติ พานิชกุล และ ปริญ ลักษิตานนท์. 2538. ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า บางกอกน้อย.
- ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, บริษัท. 2542. โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขัน และการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด.
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. 2535. การพัฒนาชนบท: เน้นกลยุทธ์และเครื่องชี้วัด. นครสวรรค์: โรงพิมพ์ คอมพิวเตอร์แอนด์กราฟฟิค.
- ดิเรก ศุภวิวรรณ. 2546. หอจันท์และกฎปรับปรุงรูปแบบการขายสินค้าปลีกใหญ่ Wednesday, December 10, 2003 By ผู้จัดการออนไลน์ ศูนย์ข่าวศรีราชา.
- ฐานเศรษฐกิจ. เงินเตรียมออกกฎหมายกำหนดค้าปลีกต่างชาติ. ปีที่ 23 ฉบับที่ 1,861 วันที่ 14-17 ธันวาคม 2546.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. 2526. แนวโน้มการทำงานของเยาวชนไทย : สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจทั่วประเทศปี พ.ศ. 2525 โครงการพัฒนาการศึกษาอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: ทบวงมหาวิทยาลัย.
- ทิพวัน ถือคำ. 2533. "บทบาทครูแนะแนวต่อการสร้างเจตคติในการประกอบอาชีพอิสระ". วารสารแนะแนว. 24 (ตุลาคม 2540): 43-44.
- ธุรกิจแฟรนไชส์แฟมมิลีมาร์ท <http://www.familymart.co.th/>
- เนวิน ชิดชอบ. 2546. ทางรอดค้าปลีก-ค้าส่งไทย. www.thairetailer.org.
- นาถ พันธุมนาวิ. 2543. เทคนิคการประเมินและติดตามผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- นิตยา ธรรมพันธ์. 2523. ค่านิยมในอาชีพและการเลือกอาชีพของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐบาล และโรงเรียนราษฎร์สอนอิสลามในจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- น้อย สุขประเสริฐ. 2546. เกษตรกร. สัมภาษณ์, พฤศจิกายน 2546.
- บ้งอร เอี่ยมรอด. 2529. "งานกับอาชีพ". วารสารแนะแนว. 20(สิงหาคม 2536): 76.
- ประชาชาติธุรกิจ. ห้างยักษ์ยั้วตัวสร้างจตุขายใหม่. วันที่ 25 ธันวาคม 2546 ปีที่ 27 ฉบับที่ 3543 (2743)
- ประยูร ศรีประสาธน์ และ ศิริภรณ์ ชุ่มนุ. 2535. การจัดระบบการสอนการงานและอาชีพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ปรีชา ทิวะหุด และ สุพัชรา มั่นพลศรี. 2536. การบริหารการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม FAMD มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 1,865 วันที่ 28-31 ธันวาคม 2546.
- ปรีชา เวชสุภาพร. 2546. ทางรอดของโซห่วย: ทำอย่างไรให้เป็นที่พักของชุมชน.
- ผุสดี รุมาคม และ เกติณี วิฑูรชาติ. 2529. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการออนไลน์, วันพุธที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2546
- พระธรรมปิฎก. 2540. การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พระยาอนุมานราชชน. 2524. วัฒนธรรมเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: ไทยมิตรการพิมพ์.
- ภัทรพร เพ็ญประพัฒน์ (สัมภาษณ์) ฐานเศรษฐกิจ เซนส์โตร์พลิกตำราดูดเงิน ปีที่ 23 ฉบับที่ มนูญ จันทรประสิทธิ์. มปป. หลักการบริหารธุรกิจระดับครัวเรือนและระดับกลางผนวกกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ (อัดสำเนา). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม. 2533. "การจ้างงานและการพัฒนาธุรกิจรายย่อย". เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง สถาบันอุดมศึกษากับการพัฒนาธุรกิจรายย่อย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพิน ประจวบเหมาะ. 2531. การประกอบอาชีพอิสระ หนทางแก้ปัญหการว่างงานของบัณฑิต เศรษฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- เรวดี รัตนานูบาล และ สุนันทา จารุวัฒนชัย. 2543. ทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทย. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- วิชัย วิจารณ์. (สัมภาษณ์) ฐานเศรษฐกิจ 2547 จัสโกจะกลับมาขยายธุรกิจอีกครั้ง. ปีที่ 23 ฉบับที่ 1,865 วันที่ 28-31 ธันวาคม 2546.

- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2542. การเพิ่มผลผลิตสำหรับ SMEs. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วินิจ วีรยางกูร. 2528. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิเวก สุขเกษม. ม.ป.ป. การพัฒนากำลังคน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ยูไนเต็โปรดักชั่น.
- ไว จามรमान. 2532. ธุรกิจขนาดกลาง – ย่อม. กรุงเทพมหานคร: โครงการญี่ปุ่นศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ม.ป.ป. แปลจาก K. Takao. ม.ป.ป. Chushokigyo. ม.ป.ท.
- วรวรรณ กิริติอดุลย์. 2544. "ร้านโชว์ห่วยอยู่กันอย่างไรมือห้างใหญ่เปิดตัว". BOI : Thailand's Investment Promotion Journal.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2545. www.thairetailer.org
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2541. Quality of Work Life Through Productivity. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- สุกิตติ เอื้อมเหจริญ. 2548. การพัฒนาสู่การทำธุรกิจแฟรนไชส์ (อัดสำเนา). กรุงเทพมหานคร: drsukitte@yahoo.com.
- สุจิตราภรณ์ คำสะอาด. 2539. การส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการขนาดเล็ก. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาลี สังข์ศรี. 2543. รายงานการสรุปสัมมนานโยบายส่งเสริมการศึกษาดลอดชีวิตของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุรัชย์ จิวเจริญสกุล. 2547. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทย ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ (อัดสำเนา). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานการอุดมศึกษากับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- _____. 2547. "วิถีและคุณค่าของธุรกิจร้านค้าปลีก" กรุงเทพมหานคร: สำนักงานการอุดมศึกษากับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สมชาย สาโรวาท. 2541. อ้างถึงใน ความเป็นมาค้าส่ง – ค้าปลีกในไทย. chaba@winstore.net.
- สมชาย หิรัญกิตติ. 2542. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีรฟิล์ม และไซเทกซ์ จำกัด.
- สมพงศ์ พลเดชสุรย์. 2531. "ทำอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ". วารสารแนะแนว. 22(มิถุนายน 2538): 67-70.
- สมยศ นาวิการ. 2525. การบริหารธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ . 2537. รายงานการประเมินผลการฝึกอาชีพนอกระบบโรงเรียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2545. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บุญศิริการพิมพ์ จำกัด.
- สำเนาวิ ขจรศิลป์. 2534. การแนะแนวอาชีพในสถาบันอุดมศึกษา. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุจิตราภรณ์ คำสะอาด. 2539. การส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการขนาดเล็ก. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสริมศักดิ์ วิชาภรณ์. 2533. รายงานวิจัย: การศึกษาการประกอบอาชีพอิสระของผู้สำเร็จอาชีวศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี.
- อรุณี ผลน้อย. 2546. เล่มเหลี่ยมค้าปลีก-ค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ปิ่นสัน.
- อังสนา พิศนุภูมิ. 2542. การสุขาภิบาลของร้านอาหารในกระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อารยา เจียไพบูลย์. 2541. การสุขาภิบาลร้านอาหารในมหาวิทยาลัยของรัฐ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อรอนงค์ ธีญะวัน. 2539. การแนะแนวอาชีพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- Anderson, R. L. and J.S. Dunkelberg. 1990. Entrepreneurship: Starting New Business. New York: Harper & Row Publishers.
- The Chaipattana Foundation Jurnal: 2003, www.chaipat.or.th./journal/aug99/eng/self.html
- Courtney, E.W. 1982. Techniques of Research. Oregon: Division of Continuing Education, Oregon State University.
- Dollinger, M.J. 1999. Entrepreneurship Strategies and Resources. New Jersey: Prentice Hall.
- Fellows, P., E., Franco and W., Rios. 1996. Starting a Small Food Processing Enterprise. London: Intermediate Technology Publications Ltd.
- Hisrich, R.D. and M.P.Peter. 1998. Entrepreneurship. (4th ed.). St. Louis: Irwin Mcgraw-Hill.
- Harper, S.C. 1991. The McGraw-Hill Guide to Starting Your Own Business. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Longenecker, J. G., C.W. Moore and W.J. Petty. 1994. Small business Management: An Entrepreneurial Emphasis. Ohio: South-Western Publishing Company.
- Seels, B and Z. Glasgow. 1998. Making Instructional Design Decisions. (2nd ed.). New Jersey: Prentice - Hall, Inc.
- <http://www.thairetailer.org/> 17 กุมภาพันธ์ 2547
- <http://www.thaigov.go.th>, วันที่ 4 พฤศจิกายน 2546.

ภาคผนวก

- 1. แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และหนทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย”**
- 2. แบบสอบถาม เรื่อง “คุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจค้าปลีก”**
- 3. แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง เรื่อง “หลักการและเทคนิคในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก”**
- 4. แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยสำคัญของการทำระบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย”**

แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่.....

**เรื่อง.....ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และหนทางออก
ของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย**

วัตถุประสงค์ในการสอบถาม เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และหนทางออก
ของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบ
เครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ต่อไป

คำชี้แจง ...ในการตอบแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยที่ได้รับผลกระทบ
จากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และผู้บริหารสมาคม / ชมรมผู้ค้าปลีกรายย่อย

2. โปรดตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถาม เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จะเสียโอกาสในการนำไปใช้เพื่อการศึกษา

3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

4. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 ปัญหา ผลกระทบและอุปสรรคของการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

ตอนที่ 3 ความรู้ความสามารถที่จำเป็นในการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

ตอนที่ 4 ความสำคัญของการจัดการรูปแบบธุรกิจค้าปลีก

ตอนที่ 5 ความต้องการรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ

ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล

ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ติดต่อ / ฝากข้อความให้โทรกลับ (02) 579-7143 (ภาควิชาฯ) หรือ (07) 050-8040

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี (นับอายุเต็ม)
3. ท่านมีการศึกษาระดับใด.....
☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช. ☐ ปวส. ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพสมรส โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง
5. ท่านมีประสบการณ์ด้านธุรกิจค้าปลีกมาแล้ว ปี
6. ท่านเริ่มทำธุรกิจค้าปลีกตั้งแต่อายุ.....ปี
7. ธุรกิจค้าปลีกของท่านได้แหล่งเงินลงทุนจากที่ใด
☐ ทุนตัวเอง ☐ บิดา/มารดา ☐ ญาติ ☐ กู้จากสถาบันการเงิน ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
8. ท่านเริ่มลงทุนครั้งแรกด้วยเงิน..... บาท (โดยประมาณ)
9. ธุรกิจค้าปลีกของท่านมีพื้นที่ทำการค้า หน้ากว้าง เมตร ร้านมีความลึก เมตร
10. ธุรกิจค้าปลีกของท่านสามารถคืนทุนภายใน ปี เดือน
11. ธุรกิจค้าปลีกของท่านมีบุคคลช่วยในธุรกิจทั้งหมด..... คน
12. ท่านมีผู้ช่วยที่ไม่ใช่บุตร / ธิดา จำนวน คน
13. ธุรกิจค้าปลีกของท่านเปิดจำหน่ายสินค้าระหว่างเวลา น. ถึงเวลา น.
14. ธุรกิจค้าปลีกของท่านมีการปิดวันหยุดวันใด ☐ ไม่มีวันหยุด ☐ หยุดวัน
15. สถานที่ทำธุรกิจค้าปลีกที่ท่านทำอยู่ขณะนี้
☐ เป็นของตนเอง ☐ ต้องจ่ายค่าเช่าเดือนละ.....บาท
16. ท่านมีภาระหนี้สินอย่างไร ☐ ไม่มีภาระหนี้สิน ☐ มีภาระหนี้สิน
17. ท่านคิดว่าชื่อของร้านค้า สำหรับธุรกิจค้าปลีกมีความจำเป็นหรือไม่ ☐ ไม่จำเป็น ☐ มีความจำเป็น
18. ก่อนมีธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ท่านพอใจรายได้จากการทำธุรกิจค้าปลีก ระดับใด
☐ พอใจมากที่สุด ☐ พอใจมาก ☐ พอใจ ☐ พอใจน้อย ☐ พอใจน้อยที่สุด
19. ในปัจจุบัน ท่านพอใจอาชีพธุรกิจค้าปลีกระดับใด
☐ พอใจมากที่สุด ☐ พอใจมาก ☐ พอใจ ☐ พอใจน้อย ☐ พอใจน้อยที่สุด
20. ท่านคิดว่าการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกของท่าน มีส่วนในการช่วยพัฒนาความสามารถของลูกหลาน
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ปัญหา ผลกระทบและอุปสรรคของการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [] ลงในช่อง [] หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ท่านได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ (โดยรวม) ระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด
2. ท่านได้รับผลกระทบด้านรายได้ จากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด
3. ท่านได้รับผลกระทบด้านความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว จากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด
4. ท่านได้รับผลกระทบด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมธุรกิจ จากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด
5. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ทำให้ท่านคิดอย่างไรต่อธุรกิจของท่าน
 (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ มั่นใจต่อผู้ได้ ☐ ยอมรับสภาพและทำต่อเนื่อง ☐ ต้องอดทนทำต่อไป
☐ รู้สึกเบื่อและอยากเลิก ☐ คิดว่าจะต้องเปลี่ยนอาชีพ ☐ เลิกทำและอยู่เฉย ๆ
6. ท่านมีความรู้และความสามารถที่จะประกอบอาชีพอื่น หรือไม่
☐ มีแน่นอน คือ อาชีพ..... ☐ ไม่แน่ใจ ☐ ไม่มีความสามารถทำอาชีพอื่น
7. ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้บ้างที่สร้างผลกระทบต่อการทำอาชีพค้าปลีกของท่าน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ☐ ห้างท็อป ☐ ห้างบิ๊กซี ☐ ห้างคาร์ฟู
☐ ห้างโลตัส ☐ ห้างแม็คโคร ☐ อื่น ๆ (ระบุ)
8. ท่านซื้อสินค้าจากห้าง / ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เหล่านั้นมาจำหน่าย หรือไม่ อย่างไร
☐ ซื้อ 100% ☐ ซื้อ 80% ☐ ซื้อ 60% ☐ ซื้อ 40% ☐ ซื้อ 20% ☐ ไม่ซื้อ
9. ท่านตระหนักต่อภัยจากธุรกิจข้ามชาติที่ทำความเดือดร้อนให้กับธุรกิจของท่านในระยะยาวระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด ☐ ไม่สนใจ

3.1 ท่านคิดว่าปัญหาจากปัจจัยต่อไปนี้ เป็นอุปสรรคต่อการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกของท่านระดับใด

ปัญหาและอุปสรรค	ระดับของความเป็นอุปสรรค		
	ไม่ เป็นอุปสรรค	เป็นอุปสรรค	เป็นอุปสรรคมาก
1. เล่นการพนัน/เล่นหวยรัฐบาล/เล่นหวยใต้ดิน...			
2. <u>ไม่มี</u> ผู้ช่วย/พนักงานเปลี่ยนย้ายงานบ่อย.....			
3. สินค้ามีราคาสูงกว่าธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ			
4. มีทุนน้อยในการสต็อกสินค้า			

ปัญหาและอุปสรรค	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่ เป็นอุปสรรค	เป็นอุปสรรค	เป็นอุปสรรคมาก
5. ไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการ			
6. เสียกำลังใจ...เพราะระดับการค้าขายลดลง.....			
7. ไม่มีที่ปรึกษา.....			
8. แก้ปัญหาเองไม่ได้.....			
9. ปกครองบุคลากรในร้านค้าปลีกไม่ได้.....			
10. ไม่สามารถควบคุมรายจ่าย.....			
11. สินค้าไม่สร้างความพอใจให้ลูกค้า.....			
12. การบริการไม่สร้างความพอใจให้ลูกค้า...			
13. ขาดความกระตือรือร้นในการขาย.....			
14. ไม่มีการจูงใจการขาย.....			
15. อื่น ๆ (ระบุ)			

ตอนที่ 3 ความรู้ความสามารถที่จำเป็นในการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [] ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

2.1 ความรู้ความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

ความรู้ความสามารถที่จำเป็น	ระดับความรู้ความสามารถของท่าน		
	ไม่เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริงมาก
1. สามารถเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าได้เหมาะสม.....			
2. รู้ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้ากับทิศทางสัญจรของลูกค้า			
3. สามารถบอกคุณภาพสินค้าได้.....			
4. สามารถพูดให้ลูกค้าพอใจในสินค้าและบริการ.....			
5. สามารถจดรายการสั่งซื้อสินค้าได้.....			
6. สามารถหาแหล่งเงินทุนได้.....			
7. อื่น ๆ (ระบุ)			

2.2 คุณลักษณะของผู้ทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริงมาก
1. ทำงานหนักได้.....			
2. มีความอดทนในการทำงานให้แล้วเสร็จ.....			

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริง มาก
3. กล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล.....			
4. กล้าตัดสินใจ.....			
5. ควบคุมอารมณ์กับบุคคลอื่นได้.....			
6. มีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ/ลูกค้า.....			
7. ตรงต่อเวลาในการเปิด - ปิดร้านค้า.....			
8. มีมนุษยสัมพันธ์.....			
9. มีความสามารถในการจูงใจลูกค้า.....			
10. มีทัศนคติที่ดีต่อการค้าขาย.....			
11. รักความเป็นระเบียบ.....			
12. มีอัธยาศัยดีต่อบุคคลทั่วไป.....			
13. มีความคิดริเริ่ม.....			
14. มีความเชื่อมั่นในตัวเอง.....			
15. รู้จักประหยัด.....			
16. มีความต้องการประสบความสำเร็จสูง.....			
17. อื่น ๆ (ระบุ)			

2.3 การปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีก

ความรู้ด้านกฎหมาย	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริง มาก
1. ค้าขายสินค้าที่ถูกกฎหมาย.....			
2. ไม่ขายสินค้าที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้อื่น			
3. ร้านค้าได้มีการกำหนดวัน เวลา และชั่วโมงในการเปิดปิด.....			
4. ทำการค้าไม่มุ่งเอาเปรียบผู้อื่น			
5. เสียภาษีเป็นประจำทุกปี			
6. ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน			
7. ดูแลไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม.....			
8. ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามคำแนะนำโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ.....			
9. ธุรกิจร้านค้าปลีกของท่านไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน รำคาญแก่ประชาชน.....			

2.4 ความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจค้าปลีก

ความสามารถในการบริหารร้านค้าปลีก	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริงมาก
1. สามารถวางแผนด้านการจัดซื้อ.....			
2. สามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ.....			
3. สามารถจัดเก็บสต็อกสินค้าได้อย่างเป็นระเบียบ.....			
4. จำหน่ายสินค้ามีมาตรฐานตามที่ผู้ซื้อต้องการ.....			
5. สามารถจดบันทึกด้าน รายรับ/รายจ่าย.....			
6. สามารถสรุปผลข้อมูลทางการเงิน.....			
7. มีความสามารถในการสั่งงาน.....			
8. สามารถแบ่งหน้าที่การทำงานได้ชัดเจน.....			
9. สามารถจัดคนให้เหมาะสมกับหน้าที่การงาน.....			
10. สอนบุคลากรสามารถแนะนำสินค้าได้.....			
11. จัดรายการส่งเสริมการขายในโอกาสต่างๆ.....			
12. บริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยเหลือสังคมเมื่อมีโอกาส.....			
13. เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน.....			

2.5 ความเอาใจใส่ตรวจสอบธุรกิจค้าปลีก

ความสามารถในการบริหารร้านค้าปลีก	ระดับความเป็นจริงของท่าน		
	ไม่ เป็นจริง	เป็นจริง	เป็นจริงมาก
1. เอาใจใส่ดูแลให้ร้านค้าสะอาดอยู่เสมอ.....			
2. เอาใจใส่ให้ร้านค้าเป็นระเบียบอยู่เสมอ.....			
3. ตรวจสอบยอดขายในแต่ละวัน.....			
4. สอบถามความพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ.....			
5. ดูแลซ่อมบำรุงวัสดุอุปกรณ์ในร้านไม่ให้ชำรุด.....			
6. สินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ.....			
7. กำหนดราคาสินค้าให้มีราคาถูก (เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น)			
8. ดูแลการบริการให้รวดเร็ว.....			
9. กำชับบุคลากรในการเอาใจใส่ลูกค้า.....			

ตอนที่ 4 ความสำคัญของการจัดการรูปแบบธุรกิจค้าปลีก

การจัดการธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง	ระดับความสำคัญ		
	ไม่สำคัญ	สำคัญ	สำคัญมาก
1. มีกำหนดวัน เวลา และ ชั่วโมงในการเปิดปิดร้าน			
2. มีระบบระเบียบการจัดร้านที่แน่นอน เป็นแบบแผน			
3. มีระบบระเบียบการสั่งและควบคุมสินค้า			
4. มีระบบระเบียบการจัดเรียงสินค้า			
5. มีระบบระเบียบการจัดการด้านการเงิน			
6. มีระบบระเบียบการจัดทำบัญชี			
7. มีระบบระเบียบการเสียบภาษี			
8. มีระบบระเบียบการฝึกอบรมพนักงานขาย			
9. มีการอบรมให้ความรู้เพื่อการแข่งขันเสมอ ๆ			
10. มีกิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น			
11. มีการแข่งขันทำยอดขายเพื่อรับรางวัล			
12. มีกิจกรรมพักผ่อน / ท่องเที่ยวเป็นโบนัสจากการทำงานหนัก			

ตอนที่ 5 ความต้องการระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย

1. การเข้าร่วม “ระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย” ท่านต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่อไปนี้อย่างไร

กิจกรรมรูปแบบธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง	ระดับความต้องการของท่าน		
	ไม่ต้องการ	ต้องการ	ต้องการมาก
1. การฝึกอบรม เพื่อ เข้าสู่ระบบการทำธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่			
2. การยอมรับในระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน			
3. การเข้าประชุม เพื่อสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจเดือนละ 1 ครั้ง			
4. การได้สิทธิในการสั่งซื้อสินค้าต้นทุนใกล้เคียงร้านค้าปลีกข้ามชาติ			
5. การได้สิทธิกู้เงินในการพัฒนาร้านค้า และวงเงินในการซื้อสินค้า			
6. การเข้าสู่ระบบภาษีฉบับใหม่ โดยไม่ตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง			

2. หากเสนอให้มีระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ลักษณะคล้ายธุรกิจแฟรนไชส์ ท่านต้องการเข้าร่วมหรือไม่ ☐ ต้องการแน่นอน ☐ ไม่แน่ใจ / ต้องศึกษาก่อน ☐ ไม่ต้องการ
ข้อเสนอแนะ ท่านคิดว่าจะเข้าร่วมอย่างไร ที่จะสามารถร่วมมือกันช่วยแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้

.....

.....

.....ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่.....

เรื่อง.....คุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจค้าปลีก (ร้านโชห่วย)

วัตถุประสงค์ในการสอบถาม เพื่อศึกษาความสำคัญของธุรกิจค้าปลีกที่มีอยู่กับสังคมไทย และศึกษาความคิดเห็นของบุตรหลานและผู้สูงอายุของร้านค้าปลีก เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย

คำชี้แจง ...ในการตอบแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นบุคคลที่เคยใช้ชีวิตอยู่ในครอบครัวธุรกิจค้าปลีก
2. โปรดตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถาม เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จะเสียโอกาสในการนำไปใช้เพื่อการศึกษา

3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น
4. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

ของครอบครัวและชุมชน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลและชุมชน

ตอนที่ 5 ความความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีกของไทย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ

ดร.สุรัช จิวเจริญสกุล

ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ติดต่อ / ฝากข้อความให้โทรกลับ (02) 579-7143 (ภาควิชาฯ) หรือ (07) 050-8040

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี (นับอายุเต็ม)
3. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอะไร หรือ ทำงานกับหน่วยงานใด
☐ รับราชการ ☐ รัฐวิสาหกิจ ☐ องค์การเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ ร้านค้าปลีก ☐ อื่น ๆ (ระบุ)...
4. ท่านมีการศึกษาระดับใด.....
☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช. ☐ ปวส. ☐ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
5. สถานภาพสมรส ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย/หย่าร้าง
6. ท่านมีความสัมพันธ์กับเจ้าของธุรกิจค้าปลีกอย่างไร
☐ บิดา/มารดา ☐สามี/ภรรยา ☐ญาติพี่น้อง ☐ บุตร/ธิดา ☐ หลาน ☐ อื่นๆ.....
7. ท่านเคยช่วยงานในธุรกิจค้าปลีกหรือไม่ ☐ เคย ☐ ไม่เคย
8. ท่านได้ช่วยงานในธุรกิจค้าปลีกมาแล้วจำนวนปี
9. ธุรกิจค้าปลีกที่ท่านเคยช่วยงาน มีวันหยุด / ปิดร้านประจำสัปดาห์หรือไม่ ☐ มี ☐ ไม่มี
10. ธุรกิจค้าปลีกที่ท่านเคยช่วยงาน เปิดจำหน่ายสินค้าระหว่างเวลาน. ถึงเวลาน.
11. ท่านช่วยงานในธุรกิจค้าปลีกกี่วันต่อสัปดาห์.....
12. ท่านชอบทำงานในธุรกิจค้าปลีกหรือไม่ ☐ ชอบ ☐ ไม่ชอบ
13. ท่านตั้งใจจะทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกในอนาคตหรือไม่ ☐ ทำ ☐ ไม่ทำ
14. เหตุจูงใจที่ทำให้ท่านจะทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกในอนาคต คือ
☐ รายได้ดี ☐ เป็นอาชีพอิสระ ☐ เป็นอาชีพของครอบครัว ☐ อื่นๆ.....
15. ท่านคิดว่าท่านได้รับความรู้จากการช่วยงานในธุรกิจค้าปลีกระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด
16. ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ท่านคิดว่าการเกิดในครอบครัวร้านค้าปลีกช่วยพัฒนาท่านในสิ่งต่อไปนี้ อย่างไร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริง

เลขที่	การพัฒนาทรัพยากรบุคคล	ระดับของความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ด้านการคิดคำนวณเลข					
2	การสั่งซื้อสินค้า					

เลขที่	การพัฒนาทรัพยากรบุคคล	ระดับของความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3	การจัดเรียงสินค้า					
4	การจำหน่ายสินค้า					
5	การบริหารงานบุคคล					
6	การทำบัญชี					
7	การแนะนำสินค้า					
8	ความอดทน อดกลั้น					
9	การให้บริการแก่ลูกค้า					
10	การตัดสินใจ					
11	ความรับผิดชอบต่อหน้าที่					
12	มีความกล้าที่จะปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า					
13	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน					
14	มีความรู้ในตัวสินค้า					
15	รู้จักมองการณ์ไกลในการทำธุรกิจ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชน

ท่านคิดว่าร้านค้าปลีกช่วยพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนในสิ่งต่อไปนี้ อย่างไร
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ให้ตรงกับความเป็นจริง

เลขที่	การพัฒนาเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชน	ระดับของความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ร้านค้าปลีกเป็นอาชีพหลักของครอบครัว					
2	ร้านค้าปลีกนำสินค้าที่มีประสิทธิภาพมาจำหน่าย					
3	ร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
4	ลูกค้าได้สินค้าที่มีคุณภาพดี					
5	ส่งเสริมบุคคลในครอบครัวให้ทำธุรกิจ					
6	บุคคลในครอบครัวมีรายได้เสริมจากการช่วยงานในร้านค้าปลีก					
7	ร้านค้าปลีกมีการจ้างงานบุคคลภายนอก					
8	เป็นแหล่งสินค้าที่สำคัญของชุมชน					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลและ ชุมชน
ท่านคิดว่าร้านค้าปลีกช่วยพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลและ ชุมชน ในสิ่งต่อไปนี้ อย่างไร
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริง

เลขที่	การพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคล และ ชุมชน	ระดับของความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ร้านค้าปลีกเป็นจุดศูนย์รวมของคนในชุมชน					
2	เป็นร้านค้าที่คนในชุมชนภาคภูมิใจ					
3	ช่วยเหลือให้บุคคลในชุมชนรู้จักทำธุรกิจการค้า					
4	ร้านค้าปลีกเป็นแหล่งรับซื้อสินค้าในชุมชน					
5	เป็นผู้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสู่ชุมชน					
6	เป็นแหล่งกระจายข่าวสารแก่ชุมชน					
7	เป็นแหล่งการสร้างงานในชุมชน					
8	ให้ความสะดวกสบายแก่บุคคลในสังคม					
9	ให้การรับใช้ชุมชน					
10	เป็นแหล่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชน					
11	ให้ความร่วมมือช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชน					

ตอนที่ 5 ความความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีกของไทย
ท่านคิดว่าร้านค้าปลีกของไทย ควรได้รับความร่วมมือในการสร้างความอยู่รอดจากบุคคลและ ชุมชน อย่างไร
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริง

เลขที่	แนวทางการสร้างความอยู่รอด ของร้านค้าปลีกของไทย	ระดับของความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ควรมีการรวมตัวของร้านค้าปลีก เพื่อสร้างค่านิยมให้คนในชาติทราบผลกระทบถึงต้นทุนทางสังคมของไทย					
2	สร้างระบบประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจค้าปลีก					
3	ร้านค้าปลีกควรรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้					
4	ร้านค้าปลีกควรรนำการบริหารจัดการแผนใหม่มาใช้					
5	ควรรสร้างประสิทธิภาพในการลดต้นทุนของสินค้า					
6	เพิ่มอำนาจการต่อรองในการสั่งซื้อสินค้า					

เลขที่	แนวทางการสร้างความอยู่รอด ของร้านค้าปลีกของไทย	ระดับของความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7	จำเป็นต้องหาสินค้าที่หลากหลายมาจำหน่าย					
8	ควรมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจค้าปลีกรายย่อย เพื่อร่วมปรึกษาหาแนวทางสู่ความสำเร็จร่วมกัน					
9	ขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลให้ช่วยส่งเสริมกิจการ ร้านค้าปลีกของไทย					
10	สร้างระบบการเข้าถึงลูกค้ารายย่อย					
11	สร้างระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยในรูปแบบ แฟรนไชส์					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

แบบสอบถามที่.....

เรื่อง.....หลักการและเทคนิคในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก

วัตถุประสงค์ในการสอบถาม เพื่อศึกษาหลักการและเทคนิคของการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของไทยจากร้านค้าปลีกที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้จากสภาวะการแข่งขันสูงจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย

คำชี้แจง ...ในการสัมภาษณ์

5. ผู้ที่สัมภาษณ์ได้แก่ ผู้บริหาร หรือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ของร้านค้าปลีกของไทยที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้จากสภาวะการแข่งขันสูงจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

6. การสัมภาษณ์ ควรสอบถามทุกข้อ และสังเกตพฤติกรรมการตอบพร้อมการจดบันทึกข้อมูลและพฤติกรรมที่ปรากฏ เพื่อความสมบูรณ์ของการสัมภาษณ์ที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อค้นพบที่มีลักษณะคล้ายและลักษณะที่แตกต่างกัน

7. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะเก็บไว้เป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

4. แบบการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ

ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล

ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ติดต่อ / ฝากข้อความให้โทรกลับ (02) 579-7143 (ภาควิชาฯ) หรือ (07) 050-8040

ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง

เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเข้ามามีบทบาทในการแย่งตลาดของร้านค้าปลีก จนทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันทางการค้าปลีกต้องมีการแข่งขันสูง ทั้งนี้ เพื่อให้ร้านค้าปลีกสามารถยืนหยัดอยู่ได้ ท่านมีหลักการ หรือ เทคนิคใดดำเนินการอย่างไร เพื่อพัฒนาให้ธุรกิจอยู่รอด

1. ท่านต้องทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือไม่ อย่างไร ?
2. ท่านต้องศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าโดยรวม หรือไม่ อย่างไร ?
3. ท่านคิดว่าร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยมีความสำคัญต่อชุมชน หรือไม่ อย่างไร ?
4. ท่านต้องบริการแนะนำสินค้าให้กับลูกค้า มากขึ้นกว่าเดิม หรือไม่ อย่างไร ?
5. ท่านคิดว่าลูกค้าเลือกซื้อสินค้าตามคำแนะนำจากเจ้าของร้าน ในการแนะนำสินค้าที่ดี มีคุณภาพดี และเหมาะสมกับราคาให้กับลูกค้า หรือไม่ อย่างไร ?
6. ท่านคิดว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่จำเป็น ที่จะทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าต่อเนื่อง หรือไม่ อย่างไร ?
7. ท่านมี เทคนิคการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไร ?
8. ท่านคิดว่า การจัดรูปแบบภายในร้านค้าเป็นสิ่งจำเป็น หรือไม่ อย่างไร ?
9. ท่านมีหลักการ หรือ เทคนิค ในการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน อย่างไร ?
10. ท่านมีหลักการ หรือ เทคนิค ในการจัดสรรพื้นที่วางสินค้า หรือ จัดเรียงสินค้า อย่างไร ?
11. ท่านคิดว่าการจัดทำบัญชีและการเสียภาษีมีความสำคัญ อย่างไร ?
12. สินค้าที่ขายได้ดี ในอดีต คือ อะไร
13. สินค้าที่ขายได้ดี ในปัจจุบัน คือ อะไร
14. ท่านจำหน่ายเหล่า เบียร์ และบุหรี่ยังหรือไม่ ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ อาจสร้างผลกระทบเชิงลบให้กับสังคมไทยได้หรือไม่ ?

แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่.....

เรื่อง.....ปัจจัยสำคัญของการทำระบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย

วัตถุประสงค์ในการสอบถาม เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ที่จะเป็แนวทางในการสร้างระบบธุรกิจค้าปลีก เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง

คำชี้แจง ...ในการตอบแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ประกอบการร้านค้าส่ง หรือ บุคคลที่มีประสบการณ์การทำธุรกิจค้าปลีกมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป หรือ ผู้บริหารชมรม / สมาชิกร้านค้าปลีกจังหวัด หอการค้าจังหวัด หรือ เทียบเท่า
2. โปรดตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถาม เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จะเสียโอกาสในการนำไปใช้เพื่อการศึกษา
4. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น
5. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการค้าปลีกจ้้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการขายสินค้า การให้บริการ และแนวทางการสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีกของไทยแบบพึ่งพาตนเอง

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ

ผศ.ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล

ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ติดต่อ / ฝากข้อความให้โทรกลับ (02) 579-7143 (ภาควิชาฯ) หรือ (07) 050-8040

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง : | หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ : | ชาย : | หญิง อายุ.....ปี (นับอายุเต็ม)
2. ท่านมีการศึกษาระดับใด.....
☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา : | ปวช. ☐ ปวส. ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
3. สถานภาพสมรส : | โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย/หย่าร้าง
4. ร้านค้าปลีกของท่านตั้งอยู่ที่อำเภอ / เขตจังหวัด
5. ท่านบริหาร / จัดการธุรกิจร้านค้าปลีกมาแล้วปี
6. ร้านค้าปลีกของท่านได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ระดับใด
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด ☐ ไม่ได้รับผลกระทบ
7. ท่านเห็นด้วยที่จะรวมพลังสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด ☐ ไม่เห็นด้วย
8. โปรดเสนอความคิดเห็นที่จะสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย

9. การจะจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกของไทยเป็นแบบธุรกิจแฟรนไชส์ เช่นเดียวกับธุรกิจเซเว่นอีเลฟเว่น
 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร
☐ เห็นด้วยมากที่สุด ☐ เห็นด้วยมาก ☐ เห็นด้วยปานกลาง ☐ เห็นด้วยน้อย ☐ ไม่เห็นด้วย
10. หากทำธุรกิจค้าปลีกของไทยเป็นแบบธุรกิจแฟรนไชส์ อาจเกิดปัญหาลักษณะใด.....

11. ท่านคิดว่าการจัดตั้งระบบคลังสินค้าที่เน้นการให้บริการร้านค้าปลีกในเครืออย่างรวดเร็ว จำเป็นหรือไม่
☐ จำเป็นมากที่สุด ☐ จำเป็นมาก ☐ จำเป็นปานกลาง ☐ จำเป็นน้อย ☐ ไม่จำเป็น
 เพราะ

12. ท่านคิดว่า การสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีกของไทยในอนาคต ควรได้รับการผลักดันจากรัฐบาล
 ให้เป็นนโยบายแห่งชาติ
☐ เห็นด้วยมากที่สุด ☐ เห็นด้วยมาก ☐ เห็นด้วยปานกลาง ☐ เห็นด้วยน้อย ☐ ไม่เห็นด้วย
13. ท่านคิดว่า รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือร้านค้าปลีกที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าที่เป็นอยู่
☐ เห็นด้วยมากที่สุด ☐ เห็นด้วยมาก ☐ เห็นด้วยปานกลาง ☐ เห็นด้วยน้อย ☐ ไม่เห็นด้วย

14. ท่านคิดว่า การจัดการฝึกอบรม "การทำร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่" มีความจำเป็นสำหรับร้านค้าปลีกทั่วไปหรือไม่
- ☐ จำเป็นมากที่สุด ☐ จำเป็นมาก ☐ จำเป็นปานกลาง ☐ จำเป็นน้อย ☐ ไม่จำเป็น
15. ท่านคิดว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการฝึกอบรม "การทำร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่" ให้กับร้านค้าปลีกทั่วไปหรือไม่
- ☐ เห็นด้วยมากที่สุด ☐ เห็นด้วยมาก ☐ เห็นด้วยปานกลาง ☐ เห็นด้วยน้อย ☐ ไม่เห็นด้วย
16. หากมีการจัดการฝึกอบรม "การทำร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่" ท่านต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหรือไม่
- ☐ ต้องการมากที่สุด ☐ ต้องการมาก ☐ ต้องการปานกลาง ☐ ต้องการน้อย ☐ ไม่ต้องการ
17. หากมีการจัดการฝึกอบรม "การทำร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่" ท่านพร้อมจะจ่ายค่าเข้ารับการฝึกอบรมหรือไม่ ☐ พร้อมจ่าย ☐ ไม่พร้อมจ่าย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการขายสินค้าและการให้บริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง || ให้ตรงกับความเป็นจริง ที่ท่านคิดว่าสำคัญ

ขายสินค้าและการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
1. สินค้ามีต้นทุนต่ำ					
2. สินค้าต้องมีระบบการจัดเรียงให้เป็นระเบียบ					
3. ควรใช้บาร์โคช คือ ป้ายแสดงรหัสสินค้า					
4. ควรใช้เครื่องคิดเงินในการบันทึกการขาย					
5. ควรมีระบบการสต็อกสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์					
6. พนักงานขายต้องแต่งเครื่องแบบ					
7. ร้านค้าปลีกต้องเปิด 24 ชั่วโมง					

จากการศึกษาวิจัยผมได้พัฒนาเป็น...."รูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง" แล้ว และจะขอให้ท่านช่วยพิจารณาความเหมาะสมที่จะสามารถนำมาใช้ได้จริงนั้น ท่านจะสามารถเข้าร่วมประชุมและช่วยวิพากษ์ ท่านจะสะดวกหรือไม่ครับ โดยจะจัดที่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หากท่านยินดีจะช่วยเหลือ กรุณาให้ชื่อและที่อยู่ครับ

ชื่อ – นามสกุลบ้านเลขที่

ตำบล / แขวง.....อำเภอ / เขตจังหวัด.....รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ e-mail(จะขออนุญาตติดต่อไปครับ)

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

ภาคผนวก ข

- หนังสือเชิญประชุมกลุ่มย่อย
- แผนที่จะศึกษาศาสตร์ มก.
- รายนามผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย



ที่ ศธ 0513.10907/

ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โทร. (02) 579-7143

วันที่ 24 มิถุนายน 2548

เรื่อง ขอเรียนเชิญประชุมกลุ่มและเสนอข้อเสนอนะในงานวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แผนกศึกษาศาสตร์ อาคาร 3

ด้วยกระผม ผศ.ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล อาจารย์ในสังกัดภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานการอุดมศึกษาและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เรื่อง “การพัฒนารูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” บัดนี้งานวิจัยสำเร็จแล้ว และเพื่อให้การศึกษามีความเป็นไปได้ที่สามารถจะนำมาทดลองใช้ได้จริง ผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อค้นพบให้กับผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าปลีก-การค้าส่ง ได้รับทราบสิ่งที่ได้เรียนรู้จากงานวิจัยและขอให้ท่านโปรดเสนอแนวคิดที่อาจจะนำมาปรับปรุงทางแก้ไข เพื่อให้รูปแบบที่ค้นพบสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงต่อไป จึงขอเรียนเชิญท่านร่วมประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังและเสนอแนวคิดในงานวิจัย วันพุธที่ 29 มิถุนายน 2548 เวลา 15: 30 น. ณ อาคาร 3 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ชั้น 4 ห้อง 403

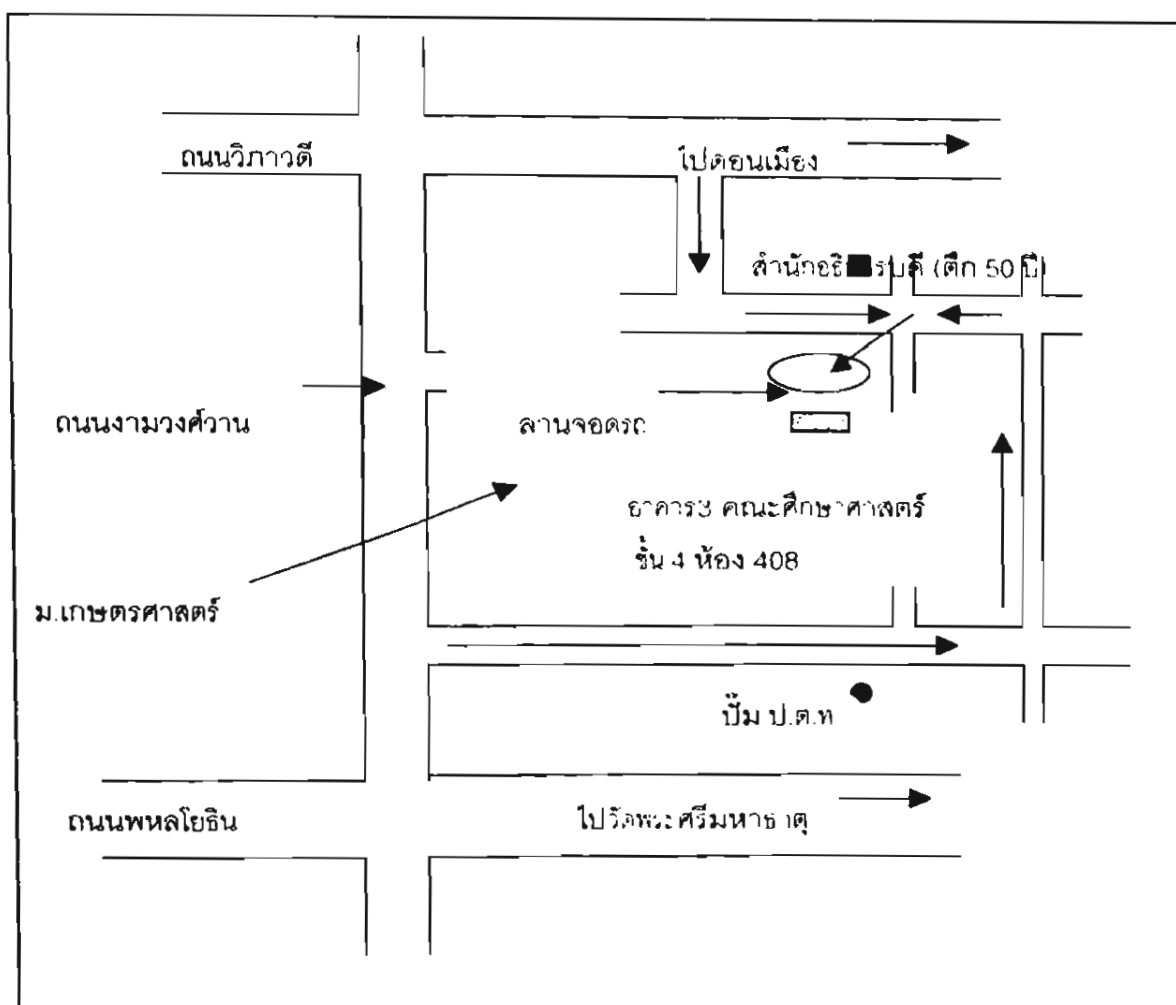
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์จะเป็นพระคุณอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล)
อาจารย์ภาควิชาอาชีวศึกษา

โทรมือถือ: (07) 050-8040

แผนที่การเดินทาง



แผนที่การเดินทาง

ไป อาคาร 3 คณะศึกษาศาสตร์ ไปได้หลายเส้นทาง แต่ 2 เส้นทางที่แนะนำ น่าจะสะดวกกว่า คือ

วิธีที่ 1 เข้าทางประตูวิภาวดี ...ตรงไป ถึง สามแยกให้เลี้ยวซ้ายตรงไปจนพบ ตึกสำนักงานอธิบดี (ตึก 50 ปี) มีสะพานน้ำหน้าตึก ทางซ้ายมือ ...ตรงไป...พบสี่แยก...ให้ เลี้ยวขวา 20 เมตร เลี้ยวขวาอีกครั้ง เพื่อหาที่จอดรถ ...อาคารที่เห็นคือ อาคาร 3 คณะศึกษาศาสตร์

วิธีที่ 2 เข้าทางประตู 1 ทางด้านถนนงามวงศ์วาน ตรงไป สังเกตปั๊ม ป.ต.ท.ทาง ขวามือให้ตรงไปอีกพบสี่แยก...ให้เลี้ยวซ้าย ...ตรงไป...พบสี่แยก...ให้เลี้ยวขวา 20 เมตร และเลี้ยวขวา เพื่อหาที่จอดรถ ...อาคารที่เห็นคือ อาคาร 3 คณะศึกษาศาสตร์

ชื่อ-ที่อยู่ (Focus group)

ชื่อ - ที่อยู่	การติดต่อ / e-mail	
	โทรศัพท์	Fax
1. คุณสมชาย พรรัตนเจริญ นายกสมาคมผู้ค้าปลีก-ค้าส่งของไทย	(01) 818 - 5473	(02) 806 - 6624
	-	
2. ผอ.สมชาติ สร้อยทอง ผู้อำนวยการกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์	(02) 547 - 5050	(02) 547 - 5957
	-	
3. คุณชนินทร์ อรรถนันทน์ ผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทลีเวอร์บราเธอร์ ประเทศไทย	(02) 554 - 2000	(02) 512 - 3154
	-	
4. คุณปิยะพงษ์ กิพยทยารัตน์ 927/16 ตำบลมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000	01-9120036	-
	-	
5. คุณภาวิศา เจนถาวร 29/33 ตำบล ในเมือง อำเภอ เมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000	01-4553224	044 - 621 - 962
	-	
6. คุณจงกล คำคง 155 ถนนสมุนทวาราช ตำบลในเรือง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000	09 - 953 - 2825	054 - 751 - 248
	-	
7. คุณวัชรินทร์ ศรีศุภโอฬาร 178/39 หมู่ 4 ซอยประชาอุทิศ 72 ตำบลทุ่งครุ อำเภอทุ่งครุ จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10140	01-732194	(02) 691 - 3478
	wacharin@propagandonline.com	
8. คุณวัชรชัย อุทัยพัฒนาศักดิ์ 541/3 ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	03-4713311	034 - 721 - 319
	coomsup@hotmail.com	
9. คุณนิศร จรรย์นันทน์ 171/24 หมู่ 2 ถนนมิตรภาพ ตำบลบ้านไผ่ อำเภอขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40110	09-7127132	043 - 272 - 578
	-	
10. คุณสมหวัง เดชศิริบุตร 1865/9 ตำบล ชาติชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000	042-732047	
	-	
	smart726@asianbt.co.th	

ชื่อ-ที่อยู่ (Focus group) ต่อ

ชื่อ - ที่อยู่	การติดต่อ / e-mail	
	โทรศัพท์	Fax
11. คุณทวีศักดิ์ รัตนไพบูลย์ 53 หมู่8 ตำบลทิงมา อำเภอบางคนที สมุทรสงคราม 75120	034-762888	034 – 761 - 727
	-	
12. คุณสามารถ วชิราพรพณ 24/7 หมู่9 ถนนสุขาภิบาล1 ตำบลบางบอน อำเภอบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150	01-6172076	02 – 899 - 2687
13. คุณสุทธิทรัพย์ เอื้อสมานจิต 7/2 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000	044-614792	044 – 611 - 272
	sub2905b-c@hotmail.com	
14. คุณอุไรวรรณ ก่อเกียรติ 5 ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21000	038 – 612 - 709	038 – 611 - 760
	-	
15. คุณนิภาพร จงชัยกิจ 296/157 ซอยติวานนท์ 28 ตำบลบางกระสง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี	(04) 636 - 3842	-
	-	
16. คุณศรีตรัง จันทาภิรมย์สุข 33/62 แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	(04) 636 – 3842	-
	-	

ผศ.ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล และ รศ.ดร.เสาวพร เมืองแก้ว: ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548 สัญญาเลขที่ MRG4680172 จำนวน 182 หน้า
"การพัฒนาแบบแผนการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง"
สนับสนุนการทำวิจัยโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (กสว.) และสำนักงานการอุดมศึกษา (สกอ.)

บทนำ

การเปิดโอกาสให้ธุรกิจข้ามชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศได้อย่างสะดวกและเสรี เนื่องด้วยรัฐบาลมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนจากต่างชาติมาฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในชาติ ส่งผลทำให้ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดจากธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย (ซี เอ อินเตอร์เนชันแนล อินฟอร์เมชัน จำกัด, 2542) และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทยจำนวนมากได้รับผลกระทบในหลายด้านจนต้องปิดกิจการไปแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งแสนราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยนอกจากจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในชุมชนไทยแล้วยังเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชาติที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งอีกด้วย (เนวิน, 2546) ดังนั้น "การพัฒนาแบบแผนระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง" จึงมีความสำคัญที่จะชี้นำการทำธุรกิจค้าปลีกในยุคที่มีการแข่งขันสูงกับต่างชาติ ให้ทราบถึง ระบบการจะบริหารธุรกิจร้านค้าปลีกนั้นจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการ วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา ผลกระทบและแนวทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย 2) ศึกษาความความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย 3) ศึกษาคุณค่าของร้านค้าปลีกในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน 4) ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ที่จะเป็แนวทางในการสร้างระบบธุรกิจค้าปลีก 5) สังเคราะห์รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง และ6) นำเสนอผลของรูปแบบที่ค้นพบให้กับบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบและวิพากษ์พร้อมทั้งประเมินผลหาข้อสรุป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ **ผลการวิจัยส่วนที่1** "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ" พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 43.24 ปี เป็นผู้ที่มียาุน้อยที่สุด 17 ปี และมีอายุสูงสุด 75 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก เกือบสามในสี่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 73.6 มากกว่าครึ่งสมรสแล้วร้อยละ 57.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก เริ่มทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกอายุเฉลี่ย 32.45 ปี มีประสบการณ์เฉลี่ย 12.57 ปี มีขนาดร้านค้าปลีกเฉลี่ย 69.08 ตารางเมตร ซึ่งมีขนาดของธุรกิจร้านค้าปลีกน้อยที่สุด 12 ตารางเมตร และมีขนาดของธุรกิจร้านค้าปลีก สูงสุด 800 ตารางเมตร ธุรกิจร้านค้าปลีกใช้บุคคลช่วยงานในร้านเฉลี่ย 2.7 คน ประมาณหนึ่งในสามไม่ใช้ผู้ช่วยเลย และมีผู้ช่วยในร้านค้าปลีกสูงสุดมีจำนวนมากถึง 50 คน มากกว่าครึ่งใช้ผู้ช่วยที่ไม่ใช่บุตรและธิดา ส่วนใหญ่มีระยะ

เวลาทำการเปิดร้านค้าปลีกวันละ 12 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 06.00 น. – 8.00 น. สองในสามดำเนินธุรกิจแบบไม่มีวันหยุดร้อยละ 66.5 ลงทุนครั้งแรกเฉลี่ย 183,705.34 บาท โดยเริ่มลงทุนครั้งแรกต่ำสุดเป็นเงิน 500 บาท และเริ่มลงทุนสูงสุดครั้งแรกเป็นเงิน 500,000 บาท มากกว่าสองในห้าเป็นการลงทุนด้วยเงินของตัวเองร้อยละ 42.0 รองลงมาได้แหล่งลงทุนจากบิดา/มารดาร้อยละ 31.4 สามในห้าดำเนินธุรกิจโดยไม่ต้องจ่ายค่าเช่าสถานประกอบการร้อยละ 60.7 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกครึ่งหนึ่งมีภาระหนี้สิน การดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกคืนทุนเฉลี่ย 2.67 ปี ใช้เวลาในการคืนทุนต่ำสุด 1 ปีและใช้เวลาในการคืนทุนสูงสุด 10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกมากกว่าครึ่งแสดงความเห็นว่าซื้อร้านเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนมากมีความพึงพอใจในรายได้ของธุรกิจร้านค้าปลีกก่อนมีธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ในปัจจุบันมีความพึงพอใจในรายได้ลดลง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกมากกว่าสองในห้ามีความคิดเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกมีบทบาทในการพัฒนาบุคลากร ร้านค้าปลีกมากกว่าสามในห้าได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ คือ ผลกระทบด้านรายได้ ความสัมพันธ์ในครอบครัว และผลกระทบด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสามในสี่ซื้อสินค้าจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติมาจำหน่าย เกือบสามในสี่ตระหนักถึงผลกระทบระยะยาวจากธุรกิจค้าปลีกข้าม ทั้งนี้ สองในห้ายอมรับสภาพและจะทำอาชีพค้าปลีกต่อเนื่อง และมั่นใจต่อผู้ได้โดยจะทำอาชีพค้าปลีกด้วยความอดทน เกือบครึ่งไม่มีความแน่ใจที่จะประกอบอาชีพอื่น แต่หากจะต้องประกอบอาชีพอื่นพบว่าครึ่งหนึ่งระบุจะทำอาชีพธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจัยที่เกี่ยวกับปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก มี 2 ส่วนประกอบ คือ 1) ปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านความรู้ความสามารถ คือ ขาดความกระตือรือร้นในการขาย ไม่มีการจูงใจการขาย การบริการไม่สร้างความพอใจให้กับลูกค้า เลือกจำหน่ายสินค้าที่ไม่สร้างความพอใจให้ลูกค้า แก้ปัญหาเองไม่ได้ ปกครองบุคลากรในร้านค้าปลีกไม่ได้ ไม่มีที่ปรึกษา เสียกำลังใจ เพราะระดับการค้าขายลดลง และไม่สามารถควบคุมรายจ่าย 2) ปัญหาการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่น คือ มีทุนน้อยในการสต็อกสินค้า ไม่มีผู้ช่วย หรือ พนักงานเปลี่ยนย้ายงานบ่อย สินค้ามีราคาสูงกว่าธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และเล่นการพนัน หรือ เล่นหวยรัฐบาล หรือเล่นหวยใต้ดิน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก มี 4 ส่วนประกอบ คือ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการค้าขาย มีความเชื่อมั่นในตัวเอง รักความเป็นระเบียบ สามารถพูดให้ลูกค้าพอใจในสินค้าและบริการ มีความสามารถในการจูงใจลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความต้องการประสบความสำเร็จสูง 2) ความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจค้าปลีก คือ สามารถจัดคนให้เหมาะสมกับหน้าที่การงาน จำหน่ายสินค้ามีมาตรฐานตามที่ผู้ซื้อต้องการ สินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ สอบถามความพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ สามารถจัดเก็บสต็อกสินค้าได้อย่างเป็นระเบียบ สอนบุคลากรสามารถแนะนำสินค้าได้ สามารถสรุปผลข้อมูลทางการเงิน สามารถจดบันทึกด้าน รายรับ/รายจ่าย ดูแลการบริการให้รวดเร็ว สามารถวางแผนด้านการจัดซื้อ เอาใจใส่ให้ร้านค้าเป็นระเบียบอยู่เสมอ และกำหนดราคาสินค้าให้มีราคาถูก (เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น) 3) บทบาทร้านค้าปลีกทางคุณค่าต่อชุมชน คือ การดูแลร้านค้าปลีกต้องไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน และให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามคำแนะนำโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ และ 4) ความสามารถในการวิเคราะห์ทำเล คือ รู้ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้ากับทิศทางสัญจรของลูกค้า และสามารถเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าได้เหมาะสม

ปัจจัยการจัดการรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยมี 11 ตัวแปร คือ รูปแบบธุรกิจค้าปลีก รายย่อยของไทยต้องมีระบบระเบียบการจัดเรียงสินค้า จัดสินค้าให้มีระบบระเบียบ มีการฝึกอบรมพนักงาน ขาย จัดให้มีกิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เพื่อการแข่งขันเสมอ ๆ มีระบบระเบียบ การสั่งและควบคุมสินค้า มีระบบระเบียบการจัดการด้านการเงิน มีระบบระเบียบการจัดทำบัญชี มีระบบ ระเบียบการจัดร้านที่แน่นอนและเป็นแบบแผน มีกิจกรรมพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นโบนัสจากการ ทำงานหนัก มีการแข่งขันทำยอดขายเพื่อรับรางวัล และมีกำหนดวัน เวลา และชั่วโมงในการเปิดปิดร้าน

ปัจจัยความต้องการของการจัดระบบรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยมี 6 ตัวแปร คือ ต้องการระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน ต้องการได้สิทธิกู้เงินในการพัฒนาร้านค้าและวงเงินในการซื้อสินค้า ต้องการฝึกอบรม เพื่อ เข้าสู่ระบบการทำธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ ต้องการได้สิทธิในการสั่งซื้อสินค้าต้นทุน ใกล้เคียงร้านค้าปลีกข้ามชาติ ต้องการเข้าประชุมเพื่อสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจเดือนละ 1 ครั้ง และ ต้องการเข้าสู่ระบบภาษีฉบับใหม่ โดยไม่ตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง

ผลการวิจัยส่วนที่ 2 การศึกษาเรื่อง“วิถีและคุณค่าของธุรกิจร้านค้าปลีก” แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ **ผลการวิจัยส่วนที่ 2.1** ศึกษาจากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก พบว่า บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ในธุรกิจร้านค้าปลีกของไทยทั้งหมดมีฐานะเป็นญาติ ได้แก่ เป็นบุตร-ธิดา เป็นญาติ เป็นบิดามารดาเป็นสามี หรือภรรยาและเป็นหลาน ตามลำดับ และเกือบทั้งหมดช่วยงานในธุรกิจร้านค้าปลีก (94.6%) เกินครึ่งเป็น เพศหญิง (54.2%) มีอายุเฉลี่ย 29.9 ปี มีอายุต่ำสุด 11 ปี และมีอายุสูงสุด 60 ปี ประมาณครึ่งหนึ่งมีการ ศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า (51.3%) สถานะภาพสมรสของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้าน ค้าปลีกของไทยเกือบสองในสามเป็นโสด (65.1%) สองในสามค่าเนื้องานแบบไม่มีวันหยุด (66.3%) ส่วนมาก เปิดดำเนินกิจการร้านค้าระหว่างเวลาหกถึงแปดโมงเช้า (75.3%) บุคคลเหล่านั้นเกือบสามในสี่มีความตั้งใจ ที่จะทำอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกในอนาคตมากถึง (74.1%) เพราะเห็นว่าเป็นอาชีพอิสระ เป็นอาชีพของ ครอบครัว และเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี ส่วนใหญ่ระบุว่า การช่วยงานในร้านค้าปลีกทำให้ได้รับความรู้ และทำให้ มีทัศนคติเชิงบวกต่ออาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาบุคคลในด้าน ต่าง ๆ ตามลำดับ คือ ความสามารถในการคิดคำนวณเลข ความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน ความอดทน อดกลั้น การบริหารงานบุคคล มีความกล้าปฏิบัติสัมพันธ์ มีความสามารถในการจัดจำหน่ายและให้บริการ รู้จัก ในตัวสินค้า พัฒนาด้านการตัดสินใจ มีความสามารถในการแนะนำสินค้า รู้จักมองการไกลในการทำธุรกิจ มีความสามารถในการจัดเรียงสินค้า สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ และสามารถทำบัญชีได้

ข้อมูลด้านคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชน พบว่า ร้านค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนในด้านต่าง ๆ ตามลำดับ ดังนี้ มีการเสนอให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ จำหน่ายสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ นำสินค้าที่มี ประสิทธิภาพมาจำหน่าย เป็นอาชีพหลักของครอบครัว ส่งเสริมบุคคลในครอบครัวให้ทำธุรกิจ เป็นแหล่ง สินค้าที่สำคัญในชุมชน บุคคลในครอบครัวมีรายได้เสริมจากการช่วยงานในร้านค้าปลีก และมีการจ้างงาน จากบุคคลภายนอกครอบครัว

ข้อมูลด้านคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลในชุมชน พบว่า ร้านค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาทางด้านสังคมของบุคคลในชุมชนในด้านต่าง ๆ ตามลำดับ คือ ร้านค้าปลีกเป็นแหล่งช่วยเหลือให้บุคคลในชุมชนรู้จักทำธุรกิจการค้า เป็นสถานที่ที่คนในชุมชนภาคภูมิใจ เป็นแหล่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชน เป็นแหล่งรับซื้อสินค้าในชุมชน และเป็นแหล่งการสร้างงานในชุมชน

ข้อมูลด้านคุณค่าของร้านค้าปลีกที่มีต่อการพัฒนาทางด้านสังคมของชุมชน พบว่า ร้านค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาทางด้านสังคมของชุมชนในด้านต่าง ตามลำดับดังนี้ ร้านค้าปลีกเป็นแหล่งจุดศูนย์รวมของคนในชุมชน ให้ความสะดวกสบายแก่บุคคลในสังคมในด้านการหาซื้อสินค้า ให้ความร่วมมือช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชน ให้การรับใช้ชุมชน เป็นแหล่งกระจายข่าวสารแก่ชุมชน และเป็นผู้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสู่ชุมชน

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย พบว่า ร้านค้าปลีกจำเป็นต้องหาสินค้าที่หลากหลายมาวางจำหน่าย ควรมีการจัดการเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการสั่งซื้อสินค้า ควรสร้างระบบการเข้าถึงลูกค้ารายย่อย ควรสร้างระบบประสิทธิภาพในการลดต้นทุนของสินค้า ควรมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจค้าปลีกรายย่อย เพื่อร่วมปรึกษาหาแนวทางร่วมกันสู่ความสำเร็จร่วมกัน ควรขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลให้ช่วยส่งเสริมกิจการร้านค้าปลีกของไทย ควรได้รับการส่งเสริมการสร้างระบบประสิทธิภาพ ควรนำการบริหารจัดการแผนใหม่มาใช้ในระบบร้านค้าปลีก ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการร้านค้า และควรสร้างระบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยในรูปแบบแฟรนไชส์

ผลการวิจัยส่วนที่ 2.2 คุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจร้านค้าปลีก พบว่า บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านค้าปลีกเห็นคุณค่าของร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานาคุณลักษณะบุคคลที่ดีและมีสมรรถนะที่พึงประสงค์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกอย่างเด่นชัดและเป็นรูปธรรม เนื่องจากการได้เกิดและมีชีวิตอยู่ในครอบครัวที่ดำเนินอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก ทำให้บุคคลที่อยู่ในครอบครัวดังกล่าวปฏิบัติไม่ได้ที่จะต้องรับรู้และเรียนรู้กิจกรรมของครอบครัว โดยเฉพาะการได้มีส่วนช่วยในการจำหน่ายและให้บริการลูกค้าในร้านค้าปลีก การได้ลูกค้าทำให้ได้เรียนรู้ระบบการทำงานการค้าและการส่งมอบสิ่งที่ได้เรียนรู้ในระยะเวลาอันยาวนาน ได้ซึมซับสิ่งที่ได้เห็นและได้เรียนรู้ จนกระทั่งอาจส่งผลให้กลายเป็นนิสัยของบุคคลนั้น ๆ ได้ คือ การเป็นคนมีนิสัยประหยัด ทำงานหนักได้ ความไม่ย่อท้อต่องาน ทำงานแบบไม่มีกำหนดเวลา และมีความซื่อสัตย์ นอกจากนี้ ร้านค้าปลีกยังมีบทบาทในการพัฒนาศักยภาพของการเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองได้ คือ การได้เรียนรู้วิถีคิดของการทำอาชีพค้าขาย การถ่ายทอดต้นแบบที่ดีของการทำการค้าแบบซื่อสัตย์กับลูกค้า การเข้าใจธรรมชาติของคน การเป็นคนกล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ และการเป็นผู้มีนิสัยของความทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต ในขณะที่เดียวกันร้านค้าปลีกอาจจะมีบทบาททำให้บุคคลมี คุณลักษณะบุคคลที่เป็นด้านลบ พบว่า มีการระบุถึงความเป็นคนขี้เหนียว ความเห็นแก่ตัว ความพยายามต้องเอากำไรให้มากที่สุด หาก ลูกค้าไม่รู้ตัว และการเอากำไรให้มากที่สุดจากการจำหน่ายสินค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐบาล เพราะได้รับเงินเข้า จึงต้องคิดราคาสินค้าสูงกว่าราคาขายตามปกติ เป็นต้น

ผลการวิจัยส่วนที่ 3 จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยสำคัญของการทำระบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยเป็นเพศชายร้อยละ 70.0 มีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี มีอายุสูงสุด 56 ปี และมีอายุต่ำสุด 19 ปี ครึ่งหนึ่งสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 63.3 สมรสแล้ว มีประสบการณ์การบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งมาแล้วเฉลี่ย 16.73 ปี ซึ่งบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งมาแล้วสูงสุด 40 ปี และบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งต่ำสุด 2 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยทั้งหมดได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเกือบครึ่ง คือ ร้อยละ 46.7 ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง

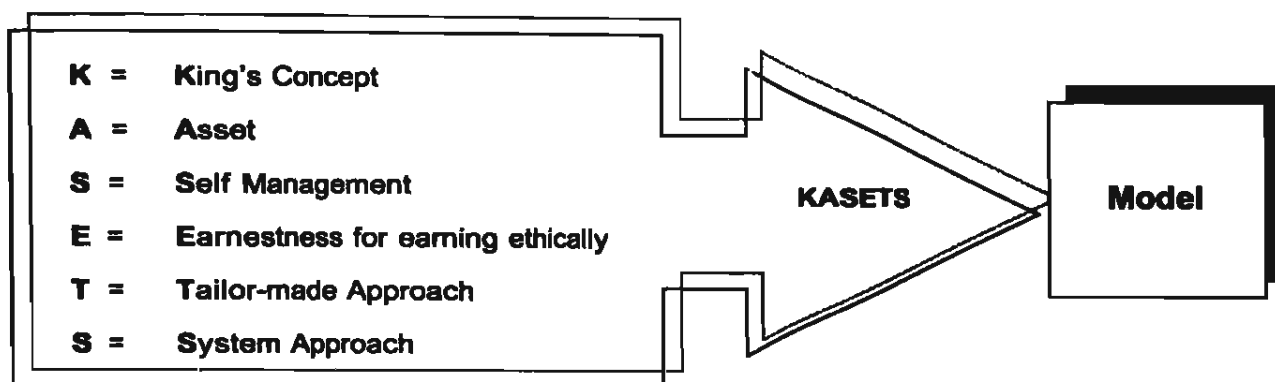
ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งรายย่อยของไทยทั้งหมดเห็นด้วยว่า ควรมีการรวมพลังสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทย ควรมีการจัดตั้งระบบคลังสินค้าที่เน้นการให้บริการร้านค้าในเครือข่ายรวดเร็ว และควรให้มีการใช้ระบบการค้าแบบธุรกิจแฟรนไชส์ การสร้างความอยู่รอดของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยในอนาคตควรได้รับการผลักดันจากรัฐบาลให้เป็นนโยบายแห่งชาติ รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าที่เป็นอยู่ ควรมีการจัดการฝึกอบรม “ระบบการค้าแบบสมัยใหม่” ส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมรับการฝึกอบรมและพร้อมที่จะจ่ายค่าฝึกอบรม

การขายสินค้าและการให้บริการของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยในอนาคตนั้น สินค้าต้องมีต้นทุนต่ำ สินค้าต้องมีระบบการจัดเรียงให้เป็นระเบียบ ควรใช้บาร์โค้ด หรือ ป้ายแสดงรหัสสินค้า ควรใช้เครื่องคิดเงินในการบันทึกการขาย ควรมีระบบการสต็อกสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์ พนักงานขายต้องแต่งเครื่องแบบ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่าต้องเปิดบริการ 24 ชั่วโมง

ผลการวิจัยส่วนที่ 4 การสังเคราะห์รูปแบบเครือข่ายธุรกิจร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งสามส่วนที่กล่าวมา พบว่า ประเด็นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ประกอบด้วย

1. แนวคิดของ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ (King's Concept)
2. ทรัพย์สินและทรัพยากรบุคคล (Asset)
3. การบริหารงานด้วยตัวเจ้าของกิจการของร้านค้าปลีกเอง (Self Management)
4. ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประกอบอาชีพ เพื่อยังชีพและการมีรายได้บนพื้นฐานของการมีจริยธรรมทางวิชาชีพ (Earnestness for earning ethically)
5. การจัดรูปแบบธุรกิจสำเร็จรูป หรือ ธุรกิจแบบเบ็ดเสร็จ (Tailor-made Approach)
6. การกำหนดระบบการบริหารจัดการอย่างมีระบบ (System Approach)

ชื่อย่อของ “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ที่นำเสนอคือ KASETS Model ดังนี้



ผลการวิจัยส่วนที่ 5 การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) พบว่า “รูปแบบระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง” ที่นำเสนอ นั้น ในที่ประชุมยอมรับรูปแบบ ทั้งนี้ ระบบการจัดการที่นำเสนอ นั้น หากจะให้พึ่งพา กันได้ ยั่งยืน ต้องใช้ระบบร้านค้าส่งที่คอยดูแลร้านค้าปลีกให้มาก จนเกิดเป็น กระแสการยอมรับของสังคม ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งต้องพยายามพูดให้ลูกค้าฟังเสมอ ๆ ว่า “สินค้าของร้านค้าปลีกต่างชาติไม่ได้มีราคาถูกเสมอไป” และต้องพยายามชี้แจงให้ลูกค้า เข้าใจว่า “การซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกของไทยไม่มีต้นทุนแอบแฝง” คือ ค่าเดินทาง ค่าน้ำมันรถ และไม่เสียเวลา นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งของไทยต้องสร้างทายาท หรือ ตัวแทนทางธุรกิจ เพราะระบบของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติใช้ทุนจำนวนมากเพื่อการว่าจ้างผู้บริหาร แต่ร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยต้องทำงานเต็มเวลา ต้องทำงานทุกอย่าง และไม่มีตัวแทน

ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหา ผลกระทบ และทางออกของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ” ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ที่จะศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ “วิถีและคุณค่าของธุรกิจร้านค้าปลีก” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับวิถีการดำรงชีวิต บทบาทต่อชุมชนและ ความเป็นต้นทุนทางสังคมไทยของธุรกิจร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังได้รับแนวคิดและข้อเสนอแนะ ที่จะใช้เป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง ต่อไป ซึ่งเป็นงานวิจัยหลักของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากงานวิจัย

1. ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทย ได้มีการก่อกำเนิดและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยคนไทยเชื้อสายจีน แต่ภาวะวิกฤติได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เมื่อธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้เข้ามาขยายอาณาเขตการธุรกิจค้าปลีกอย่างไม่มีการชะลอตัว อาจจะเนื่องมาจาก รายได้ที่มีมากอย่างเป็นกอบเป็นกำ ส่งผลให้ในระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา ร้านค้าปลีกของไทยต้องปิดกิจการลงมากกว่าหนึ่งแสนร้านค้าแล้ว

2. ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติ ทั้งในด้านคุณลักษณะบุคคลที่ดี สมรรถนะที่พึงประสงค์ของบุคคล รวมถึงศักยภาพของการเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพและการพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ เมื่อร้านค้าปลีกของไทย มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาบุคคลในครอบครัวธุรกิจร้านค้าปลีก ย่อมหมายถึงว่าร้านค้าปลีกของไทย มีคุณค่าต่อสังคมไทย ดังนั้น หากร้านค้าปลีกของไทยปิดตัวเองลง อาจจะส่งผลให้สังคมไทยเสียโอกาสที่จะได้พัฒนาทรัพยากรบุคคลในชาติจากระบบของร้านค้าปลีกจำนวนมากมหาศาล คือ หากหนึ่งร้านค้าปลีกของไทยสามารถพัฒนาบุคคลในชาติได้หนึ่งคน นั่นแสดงให้เห็นว่า คนมากกว่าหนึ่งแสนคนต้องเสียโอกาสนั้น และประเทศไทยย่อมได้รับความเสียหายไปด้วย

3. เมื่อธุรกิจค้าปลีกของไทยถูกระบบการค้าปลีกสมัยใหม่ (new trade) เข้ามาแย่งตลาด ดังนั้น การจะแก้ไขปัญหาระบบร้านค้าปลีกของไทย จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบระบบการค้าปลีกสมัยใหม่ในลักษณะแฟรนไชส์ (franchise) ที่มีระบบการบริหารจัดการเต็มรูปแบบมาใช้ในการบริหารจัดการด้วย เพื่อการพัฒนา รูปแบบระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยต่อไป

4. ในการพัฒนารูปแบบระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยในอนาคต เพื่อการแข่งขันและการสร้างการยอมรับให้คนไทยยอมรับร้านค้าปลีกของไทย นอกจากจะต้องสร้างระบบให้ต้นทุนทางการค้าต่ำแล้ว อาจจะต้องใช้ระบบการให้สิทธิความเป็นหุ้นส่วนร่วมแบบสหกรณ์ และ/หรือ การสร้างความเป็นธุรกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของและการผลัดกันร่วม และ/หรือ การรณรงค์ความเป็นสมบัติชาติ ของร้านค้าปลีกของไทยในฐานะคนรักชาติ

5. ในการพัฒนารูปแบบระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยในอนาคต จำเป็นต้องสร้างระบบเครือข่ายร้านค้าปลีกของไทย โดยให้ผู้นำร้านค้าปลีกในชุมชน หรือ ผู้นำร้านค้าปลีกในตัวเมืองจังหวัดเป็นแม่ข่ายและเป็นผู้บริหารหลักในเขตพื้นที่ตามความสมัครใจ ในอันที่จะสร้างรูปแบบระบบร้านค้าปลีกย่อยของไทยมีความเข้มแข็งเชิงเครือข่าย ต่อไป

ข้อวิจารณ์

ในต้นฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้วิจารณ์สิ่งที่ได้เรียนรู้จากงานวิจัยไว้ 10 หน้า ที่นำเสนอจึงเป็นตัวอย่างในส่วนน้อย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศ สอดคล้องกับ อารยา เจียไพบูรณ์ (2541) และ อังสนา พิศณุภูมิ (2542) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในมหาวิทยาลัยของรัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในกระทรวงสาธารณสุข ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 87.8 และร้อยละ 75.8 อาจเนื่องมาจากเหตุผลที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Hisrich และ Peters (1998) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นเพศหญิงมักจะทำอาชีพในลักษณะงานที่เกี่ยวกับการบริการ งานบริการทางการศึกษา งานด้านให้คำปรึกษา และงานทางด้านที่เกี่ยวกับการสาธารณะประโยชน์ ซึ่งต่างกับเพศชายส่วนใหญ่มักจะทำงานในอาชีพที่เกี่ยวกับช่างและการก่อสร้าง

2. การเข้าสู่อาชีพธุรกิจร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการสามารถเริ่มเข้าสู่อาชีพนี้ได้ตั้งแต่อายุน้อย คือ เป็นผู้ที่เริ่มทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกมีอายุน้อยที่สุด 15 ปี และเริ่มทำอาชีพธุรกิจค้าปลีกมีอายุสูงสุด 62 ปี คือ ไม่มีขีดจำกัดอายุที่สูงขึ้น ซึ่งต่างจากการทำงานในระบบที่มีการเกษียณอายุที่ 60 ปี อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่สามารถสืบทอดได้จากบุคคลในครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดของ วินิจ วีรยางกูร (2528) ที่ว่า การจะประกอบอาชีพธุรกิจธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการสามารถเริ่มทำได้ตั้งแต่อายุน้อย และสามารถทำได้ตลอดขึ้นอยู่กับความสามารถของร่างกายและความต้องการ และ อายุเฉลี่ยของการเริ่มต้นทำธุรกิจค้าปลีก พบว่า มีอายุ 32.45 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hisrich และ Peters (1998) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเพศหญิงเริ่มต้นธุรกิจระหว่างอายุ 25 – 35 ปี และเพศชายเริ่มต้นธุรกิจระหว่างอายุ 35-45 ปี

3. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก เกือบสามในสี่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 73.6 สอดคล้องกับ จินตนา สุนทรธรรมและคณะ (2531) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย สองในสามมีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี คือ ร้อยละ 67.0 และการศึกษาของ Hisrich และ Peters (1998) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูง หรือไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาในระบบของรัฐด้วย บุคคลเหล่านั้นก็สามารถที่จะเริ่มทำธุรกิจขนาดย่อมและประสบความสำเร็จได้ ตัวอย่างเช่น Andrew Carnegie, William Derant, Henry Fort และ William Lear เป็นต้น

4. ธุรกิจร้านค้าปลีกใช้บุคคลช่วยงานในร้านเฉลี่ย 2.7 คน และประมาณหนึ่งในสามไม่ใช้ผู้ช่วยเลย อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจค้าปลีก เป็นอาชีพที่สามารถบริหารงานได้ภายในครอบครัว โดยเฉพาะร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่โตมากและมีสินค้าไม่หลากหลาย จึงไม่จำเป็นต้องจ้างบุคคลภายนอกมาช่วยงาน ธุรกิจร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำการเปิดร้านค้าปลีกวันละ 12 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 06.00 น. – 8.00 น. สองในสามดำเนินธุรกิจแบบไม่มีวันหยุดร้อยละ 66.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกให้เวลากับการทำงานต่อวันมาก อาจเป็นเพราะว่าร้านค้าปลีกจำนวนมากเป็นร้านค้าห้องแถวที่ผู้ประกอบการใช้พื้นที่ด้านล่างทำธุรกิจการค้าและใช้พื้นที่ชั้นบนเป็นที่พักอาศัย (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, 2542: 12) เสมือนการทำงานแบบมีการพักไปในตัว ทำให้สามารถรับสถานการณ์การทำงานระยะยาวในแต่ละวันได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ธุรกิจร้านค้าปลีกของไทยควรตระหนักถึงรูปแบบการทำธุรกิจการค้าปลีก ที่เปลี่ยนไปตามกระแสโลกและความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสร้างการยอมรับและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เช่น การปรับระบบการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ การเสนอให้มีสินค้าหลากหลายมากขึ้น สร้างระบบให้มีการส่งเสริมการขาย และอาจจะต้องมีบัณฑิตเสริมด้วย เพื่อให้ระบบของการค้าปลีกของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ต่อไป

2. ธุรกิจการค้าปลีกของไทย จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการค้าปลีก ทั้งระบบ คือ การสร้างอำนาจต่อรองในการจัดซื้อ การขยายเครือข่ายร้านค้าเพื่อรองรับการซื้อปริมาณมาก เพื่อให้ได้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงและสามารถขายได้ในราคาค่าต่ำกว่าคู่แข่งทางการค้า การบริหารสต็อกสินค้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการขายให้แตกต่างและหลากหลายกว่าคู่แข่งทางการค้าในอันที่จะสร้างความพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค การจัดจำหน่ายโดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยทั้งระบบ เพื่อลดการสูญเสียที่จะทำให้ต้นทุนสูง การให้บริการที่เน้นความครบถ้วนของสินค้าและบริการ (One Stop Shopping) และ การขายพื้นที่ให้ธุรกิจรายย่อยเช่า เพื่อสร้างความหลากหลายของความเป็นศูนย์การค้ามากขึ้น เพื่อไม่ให้ธุรกิจต่างชาติเข้ามามีอำนาจต่อรองทางด้านการค้าปลีกต่อคนไทยในชาติในอนาคตแบบหาทางแก้ไขไม่ได้

3. รูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย และความต้องการระบบรูปแบบธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทย ควรประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ ระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน ระบบระเบียบการจัดเรียงสินค้า ระบบระเบียบการฝึกอบรม เพื่อเข้าสู่ระบบการทำธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ กิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น การอบรมให้ความรู้เพื่อการแข่งขัน ระบบระเบียบการสั่งและควบคุมสินค้า ระบบระเบียบการจัดการด้านการเงิน ระบบระเบียบการจัดทำบัญชี ระบบระเบียบการจัดร้านที่แน่นอนและเป็นแบบแผน การได้สิทธิกู้เงินในการพัฒนาร้านค้า และวงเงินในการซื้อสินค้า มีกิจกรรมพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นโบนัสจากการทำงานหนัก มีการแข่งขันทำยอดขายเพื่อรับรางวัล และมีกำหนดวัน เวลา และชั่วโมงในการเปิดปิดร้าน อาจเป็นเพราะปัจจัยต่าง ๆ เป็นความจำเป็นที่ผู้ประกอบการร้านค้า

4. การจะส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีภาวะผู้นำ อาจจะส่งเสริมให้เยาวชนมีโอกาสการเรียนรู้ในวิถีและคุณค่าของร้านค้าปลีก เพราะร้านค้าปลีกมีคุณค่าต่อการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการคิดคำนวณเลข ความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน และการตัดสินใจ และยังจะช่วยในการรักษาคุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมของธุรกิจร้านค้าปลีก ได้ด้วย

5. การพัฒนาระบบร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย อาจจะจำเป็นต้องทำในรูปแบบแฟรนไชส์ เพราะเป็นรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ (new trade) ที่อาจจะแก้ปัญหาของระบบธุรกิจค้าปลีกของไทยได้ในอนาคต

6. การที่ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยมีฐานะเป็นแหล่งจุดศูนย์รวมของคนในชุมชน เป็นแหล่งกระจายข่าวสารแก่ชุมชน และเป็นผู้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสู่ชุมชน แสดงว่า ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย ควรได้รับการพิจารณาให้เป็นสถานที่ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยให้กับชุมชนได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ที่ได้รับผลกระทบจากกรณีพิบัติ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2546 ที่ผ่านมา ที่อาจจะสอดคล้องกับการศึกษาของ สมควร กวียะ, (2523) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย” พบว่า ชาวชนบทในทุกสาขาวิชาชีพ ส่วนใหญ่นิยมรับฟังข่าวสารจากสื่อวิทยุ โดยฟังเป็นประจำทุกวัน และฟังวิทยุวันละ 3 – 5 ชั่วโมง เวลาที่ไม่นิยมรับฟัง คือ หลังจาก 21:00 นาฬิกา

7. รัฐบาลควรทบทวนปรับเปลี่ยนระบบการเก็บภาษีของร้านค้าปลีก-ค้าส่งของไทยให้มีขั้นตอนน้อยลง คือ ปัญหาการเก็บที่มีความยุ่งยากและมีขั้นตอนมาก เช่น การเก็บภาษีโรง ภาษีรายได้ ภาษีร้านค้า ภาษีป้าย ภาษีการจำหน่ายบุหรี่ ภาษีการจำหน่ายสุรา ภาษีการจำหน่ายน้ำมันก๊าซ ภาษีการจำหน่ายไฟ ภาษีการจำหน่ายอาหาร และอื่น ๆ ซึ่งมีหน่วยงานรับผิดชอบที่ต่างกันและต้องเสียเวลามากกับการจ่ายภาษีของร้านค้าปลีก-ค้าส่งในแต่ละปี การเก็บบางชนิดมีการขึ้นภาษีทุกปี ในขณะที่ธุรกิจถูกแทรก

แข่งธุรกิจทำให้เสียกำลังใจ ทั้งนี้รัฐบาลอาจจะใช้ระบบการประเมินมูลค่าธุรกิจของร้านค้าปลีกแต่ละร้านและ
จัดป้ายแสดงการเสียภาษีหน้าร้านค้าเพื่อลดความยุ่งยากและให้โปร่งใส

8. รัฐบาลควรแก้ปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำของโอกาสทางธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ
จากการได้สิทธิหย่อนภาษีจาก BOI ที่ยังได้ประโยชน์เหนือร้านค้าปลีกของไทยอีกมาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ที่ประชุมเห็นว่าจากการศึกษาวิจัยนี้มีประโยชน์ที่ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจ แต่ไม่เห็นด้วยหาก
ผู้วิจัยจะทำการวิจัยในลักษณะพัฒนาวิชาการต่อเนื่อง เพราะมีกรมพัฒนาธุรกิจและสมาคมร้านค้าปลีก-ค้าส่ง
ทำอยู่แล้ว ซึ่งจะเป็นการทำงานที่ซ้ำซ้อน และผู้วิจัยไม่มีเครือข่ายในการดำเนินการ

2. ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์สอนหนังสือ หรือ เป็นนักวิชาการ หากจะทำวิจัยให้เกิด
ประโยชน์ต่อธุรกิจค้าปลีกของไทย ควรทำวิจัยเกี่ยวกับ “สภาพ ปัญหา และทางออกของระบบการจัดเก็บ
ภาษีร้านค้าปลีก-ค้าส่ง” เพื่อชี้แนะรัฐบาลที่อาจจะเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งต่อระบบร้าน ค้าปลีก-
ค้าส่ง และประโยชน์ที่รัฐบาลพึงจะได้รับภาษีอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยอีกด้วย สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผู้
วิจัยได้รับการศึกษา คือ ร้านค้าปลีกไม่อยากจะให้ข้อมูลเพราะเกรงว่าจะเกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีของ
สรรพากร

เอกสารอ้างอิง

- ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, บริษัท. 2542. โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการ
รวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก.
กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด.
- จินตนา สุนทรธรรม, วินิจ วีรยางกูร, จุฑา มนัสไพบุลย์, จงพิศ กนกโชติ และสุทธิมา ชำนาญเวช.
2531. รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการค้า ใน
ภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย (อัดสำเนา). สนับสนุนโดย Canadian International Development
Agency (CIDA).
- เนวิน ชิดชอบ.2546. ทางรอดค้าปลีก-ค้าส่งไทย. www.thairetailer.org
- วินิจ วีรยางกูร. 2528. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- Anderson, R. L. and J.S. Dunkelberg.1990. Entrepreneurship: Starting New Business. New York:
Harper & Row Publishers.
- Hisrich, R.D. and M.P.Peter. 1998. Entrepreneurship. (4th ed.). St. Louis: Irwin Mcraw-Hill.

ภาคผนวก ง.

ผลงานวิจัยที่นำเสนอในเวทีนานาชาติ



HANOI AGRICULTURAL UNIVERSITY

Gia Lam, Hanoi, Vietnam

Tel : 84.4.8276346 Fax : 84.4.8276554

November 11, 2004

Dr. Surachai Jewcharoensakul,
Faculty of Education,
Kasetsart University
Jatujak, Bangkok 10900,
Thailand

LETTER OF INVITATION

Dear Dr. Surachai Jewcharoensakul,

The International Society of Southeast Asian Agricultural Sciences (ISSAAS) is organising the International Congress 2004 at Hanoi Agricultural University, Gia Lam, Ha Noi, Viet Nam from 10 to 12 December 2004.

This Congress aims to foster and support scientific collaboration in broad fields of agricultural science in Southeast Asian Region. from basic to applied sciences. As a key part of the Congress an International Symposium on "Modern Organic Farming - An Integration of Traditional and Novel Techniques in Agriculture" will be open to all participants.

Wishing to share the international expertise in the field of organic farming, we would like to invite you to participate in the Symposium on the said dates and contribute a paper.

We look forward to having you at the Symposium and wish to thank you in advance for your great contribution.

Sincerely yours,

Assoc. Prof. Dr. Tran Duc Vien
Vice Rector of Hanoi Agricultural University

Factors of Problems, Impacts and Solutions of Thai Grocery: Effect from International Retail Companies

Surachai Jewcharoensakul, Ph.D. and Assoc.Prof.Saowaporn Muangkoe, Ph.D.,
Vocational Education Department, Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand.
Funded by Office of Higher Education Commission and The Thailand Research Fund.

Introduction and Methodology

Since 1996, Thai groceries were effected from international retail companies. It caused such a big impact, there was 43,706 Thai groceries resigned from their business in 2002. Those problems seem to be more serious, then this reseach become necessary to study and to solve the problems. This research was intended to: 1) Analyze the factors leading to problems and impacts of Thai groceries. 2) To study the solution for Thai groceries in future and 3) To study needs of Thai grocery's model. The grocery's entrepreneur was the target population (n=488). Questionnaire was used for data collection. Frequency, percentage, mean, standard deviation and factor analysis were utilized as the statistical tools for data analysis, using SPSS for Windows computer program.

Result and Conclusions

The findings of the study found that, the groceries were female more than male, average age was 43.24 years old. Three quarters had education lower than bachelor degree. The average age to start business was at 32.45 years old. The average size of grocery was 69.08 square meters and has 2.7 helpers. The grocery operate 12 hours per day, between 6:00 a.m. to 6:00 p.m. and never have holiday. The average of starting investment was 183,705.34 bahts, mainly from oneself. The return of investment was 2.67 years. They believed that name of the grocery was necessary. Most of them satisfied their grocery business much more than before the international retail companies established in Thailand.

The Thai groceries were effected from the international retail companies from varies reson; totally effective, also the effective from income, family relation and business friendship. They realize in long term of such problems of grocery's business, such as ; lack of knowledge and ability to run business and also budgeting. The solution factors of Thai grocery business such as; 1) To improve grocery entrepreneurs characteristics. 2) To improve the ability to manage grocery business. 3) To concern of value of grocery to community, and 4) To improve ability to analyse the location of business. The factors to create Thai grocery model need to provide; entrepreneurs and staff training, well organizing of goods registration system, cooperation with the other activities, competition approach training, purchasing and stocking management, accounting and budgeting management, store planning and display, competetion's reward and also well plan working hour and holiday.

The need of Thai grocery model, was required as the following ; standardization management system, loan available for store and stock control improvement, training was necessary, low price of goods as the international retail company was necessary, empower promotion for the chain of Thai grocery stores and taxation without check bace to the old record was needed.

Recommendation

The Thai grocery needed to develop the whole system such as; to build up bargaining system with the supplier, to expand network to support the volume of goods in order to promote low price of each item, manage high quality of stock control and efficiency, provide various goods and technique to meet customers satisfaction, manage with technology infromation system, and provide as one stop shopping approach.



XIII ARAHE CONGRESS

2 -5 August 2005

Orchard Hotel

Singapore

**DEVELOPING VALUES, INNOVATION AND ENTERPRISE
IN HOME ECONOMICS**

Date: 18 June 2005

Re: 13TH BIENNIAL ARAHE CONGRESS SINGAPORE

Dear Asst.Prof.Dr.Surachai Jewcharoensakul,

Warm greetings from Singapore The 13th biennial ARAHE Congress will be held from 2-5 August 2005 at Orchard Hotel.

We would like to inform that your research paper is accepted for oral presentation at the 13th Biennial ARAHE Congress and may we invite you to be chairman of oral presentation session, on 3 August, 2005, between 13:00 - 15:30 room # 6.

Hoping to meet you in Singapore soon.

Yours truly,

Mrs Dorothy Krishnan
(Chairperson Organising Committee)



Association of Home Economists, Singapore
P.O. Box 0858 Toa Payoh North Singapore 913136



Nanyang Technological University/National Institute of
Education
1 Nanyang Walk Singapore 637616
Tel: 6790 3888 Email: cfimok@nie.edu.sg

สร้าง โฟลเดอร์ ค้นหา ช่วยเหลือ ที่ติดต่อ ลงบันทึกออก

เปิดโฟลเดอร์ INBOX

ORAL PRESENTATION (35 จาก 94)

ย้าย | สำเนา | ข้อความนี้ไปยัง

ตอบกลับ | ตอบกลับทั้งหมด | ส่งต่อ | เปลี่ยนเส้นทาง | ดันฉบับข้อความ |
เป็น | พิมพ์

กลับไปที่ INBOX

Thu, 9 Jun 2005 16:09:13 +0800

"MOK Chiu-Fui Joyce (NSSE)" <cfjmok@nie.edu.sg>
feduscj@ku.ac.th

ORAL PRESENTATION

unnamed text/html 5.81 KB

{behavior:url(#default#ieooui) }

thai

gs. I have received your full paper. Thank you very much.

see you in Singapore soon.

Joyce Mok, PhD

Professor

Sciences & Science Education

Institute of Education

Technological University

g Walk

637616

of Singapore

3845

8548

9414

ตอบกลับ | ตอบกลับทั้งหมด | ส่งต่อ | เปลี่ยนเส้นทาง | ดันฉบับข้อความ |
เป็น | พิมพ์

กลับไปที่ INBOX

Thai Grocery: Value and Future Path

Surachai Jewcharoensakul, Ph.D. and Assoc.Prof.Saowaporn Muangkoe, Ph.D.,
Vocational Education Department, Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand.
Funded by Office of Higher Education Commission and The Thailand Research Fund.

Introduction

International retail companies have come to damaged local Thai groceries business system since 1996. It had caused such a big impact, there was 43,706 Thai groceries resigned from their business in 2002. Those problems seem to be more serious, because the international retail companies still expanding their branches all the time in all over the nation of Thailand. Nevertheless, among the international retail companies themselves had used all kinds of techniques and tactics to beat the competitions with new trade strategy and methodology, such as the one stop concept approach, comfortable atmosphere with air-conditioning, promotion approach, varies choices of goods and all kinds of advertising approach to involve customers' needs. (C.A.Internation Information Co.,ltd.,1999)

Those poor Thai groceries had very much difficulty to conserve the business with limited of capital. Therefore the Thai grocery had to purchase goods from those international retail companies which certainly make the goods' price of the Thai grocery had become more expensive than the international retail companies. Even though the international retail companies managed with unlimited capital, they had better situation to make bargaining to the supplier in order to get better price of each item of goods. (The Manager Online, Wednesday 12 November, 2003)

The local Thai groceries was not only the grocery store, but also the information center, resting area and community bank as well, such as in case the person in community had shot of money, they may get goods from the Thai grocery and pay later at the end of the month. (Noi, 2003) So the Thai grocery was close to the people and community relatively. We may assume that Thai grocery was the social capital of the nation of Thailand. The social capital was very important to all nation to build up the power on the strength of culture characteristics. So the study of "Thai Grocery: Value and Future Path" was necessary to find out that how was Thai grocery establish and remain as nowadays, also the Thai grocery was one of the institute to empower and develop human competency of human resource in the family, for the community, social and the nation.

Research Objective

This research was intended to :

- 1) To study the target population background
- 2) To study value of Thai grocery perspective of human resource development, economic and social development in community.
- 3) To study the solutions for Thai grocery which effected from international retail business in future.

Methodology

The population was person whom had grown and/or lived with Thai grocery's family was target population. There was 166 sample size.

Tool

Questionnaire and observation forms were used for data collection.

Statistic

Frequency, percentage, mean, standard deviation and factor analysis were utilized as the statistical tools for data analysis, using SPSS for Windows computer program.

Research Expectation

1. The result of the study would lead to learn that the way of Thai grocery in business and living style would benefit to the human resource development of the Thai nation.
2. The research would provide the answer to the way of thinking process of the Thai grocery entrepreneur and his/her family about the survival from the impact of the international retail company, in order to develop Thai grocery's model in the future.
3. In order to learn that how Thai grocery develop human competency to become valuable human resource to the family and society.

Result

General data

The findings of the study found that, the target population was female and male nearly the same amount, female was 90 (54.2%), male was 73 (44.0%) but 3 (1.8%) didn't give the answer. The average age was 29.9 years old, at least 11 years old and 60 years old at the most. The target population had education lower than bachelor and bachelor degree and higher was about the same amount; 85 of them had education lower than bachelor degree (51.3) and 79 of them had education in bachelor degree and higher (47.5%) There was two third were married (65.1%) and nearly one third were single (30.7%) (Table 1)

Table 1 General data of the persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family
n = 166

general data		Amount	Percentage
Gender			
female		90	54.2
male		73	44.0
missing		3	1.8
total		166	100.0
Age			
average age		29.90	S.D. = 11.2
the youngest		11 years old	
the oldest		60 years old	

Table 1 General data of the persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family
n = 166

general data	Amount	Percentage
Education		
lower than bachelor	85	51.3
bachelor and higher	79	47.5
missing	2	1.2
total	166	100.0
Marital status		
married	108	65.1
single	51	30.7
widow	5	3.0
missing	2	1.2
total	166	100.0

Thai grocery data

The persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family, all of them were relative, most of them had assist in the grocery store (94.6%). Two third of the Thai grocery stores work without holiday (66.3%). Most of them satisfy to work in the grocery store (86.1%). There was almost three quarter expected to continue to run grocery store in future. (Table 2)

Table 2 Thai grocery data

n = 166

grocery data	Amount	Percentage
Relationship		
Son / daughter	58	34.9
Relative	52	31.3
Parent	24	14.5
Spouse	19	11.5
Niece/nephew	13	7.8
total	166	100.0
Assistant in the grocery business		
Assist	157	94.6
Not assist	9	5.4
total	166	100.0
Working date		
work without holiday	110	66.3
work with holiday	56	33.7
total	166	100.0

Work satisfaction to work in the grocery store

Satisfy	143	86.1
Unsatisfied	21	12.7
Missing	2	1.2
total	166	100.0

Expectation to run grocery business

Expect	123	74.1
Non-expect	43	25.9
total	166	100.0

Knowledge and attitude

The persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family, most of them had gained knowledge from assist at the Thai grocery (93.4%); more than half of them had gained knowledge in very much and much level (59.7%) and more than one third of them had gained knowledge in moderate level (34.9%). The persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family, most of them had positive attitude from assist at the Thai grocery (98.2%); more than half of them had positive attitude in very much and much level (60.9%) and more than one third of them had positive attitude in moderate level (37.3%). The motivation of the target population expect to run grocery business in future, more than half of them thought that it was an independent career (52.4%), they cared because it used to be family business (24.7) and it was a career with good benefit (18.7). (Table 3)

Table 3 Knowledge and attitude

n = 166

Knowledge and attitude	Amount	Percentage
knowledge from assist at the grocery store		
very much and much level	99	59.7
moderate level	58	34.9
low level	9	5.4
total	166	100.0
Attitude from assist at the grocery store		
very much and much level	101	60.9
moderate level	62	37.3
low level	3	1.8
total	166	100.0
Motivation to run grocery store in future		
Independent career	87	52.4
Used to be family business	41	24.7
Career with good benefit	31	18.7
Missing	7	4.2
total	166	100.0

Value of the Thai grocery involved to develop human resource

To improve personal competency

Thai grocery took part in human resource development of the family such as; the persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family, most of them had gained ability to calculate from assist at the Thai grocery (98.8%); most of them had gained ability to calculate in very much and much level (81.9%) and gained ability to calculate in moderate level (16.9%). Most of the target population had declared that they had good performance of responsibility from assist at the Thai grocery (97.7%), most of them had good performance of responsibility in very much and much level (81.9%) and had good performance of responsibility in moderate level (16.9%). All of the target population had declared that they had become patient from assist at the Thai grocery (100.0%), three quarters of them had become patient in very much and much level (75.9%) and a quarter had become patient in moderate level (24.1%). Most of the target population had mentioned that they had gained ability to contact people from assist at the Thai grocery (94.6%), more than half of them had gained ability to contact people in very much and much level (65.1%) and had gained ability to contact people in moderate level (29.5%). Most of the target population had mentioned that they had good performance of decision making from assist at the Thai grocery (98.2%), more than two third of them had good performance of decision making in very much and much level (71.1%) and more than a quarter had good performance of decision making in moderate level (27.1%). (Table 4)

Table 4 Ability approval

n = 166

Ability approval	Amount	Percentage
Ability to calculate		
very much and much level	136	81.9
moderate level	28	16.9
low level	2	1.2
total	166	100.0
Good performance of responsibility		
very much and much level	131	79.0
moderate level	31	18.7
low level	4	2.3
total	166	100.0
Became patient		
very much and much level	126	75.9
moderate level	40	24.1
total	166	100.0
Ability to contact people		
very much and much level	108	65.1
moderate level	49	29.5
low level	9	5.4
total	166	100.0

Decision making

very much and much level	118	71.1
moderate level	45	27.1
low level	3	1.8
total	166	100.0

Value of the Thai grocery involved to develop human resource**Improvement businesslike competency**

Thai grocery took part in human resource development of the family in perspective of improving businesslike competency. The persons whom had grown and/or lived with Thai grocery's family, most of them knew how to take care the client from assist at the Thai grocery (95.2%); most of them knew how to take care the client in very much and much level (79.0%) and knew how to take care the client in moderate level (16.2%). Most of them had gained marketing ability from assist at the Thai grocery (97.0%); more than three quarters of them had gained marketing ability in very much and much level (77.1%) and had gained marketing ability in moderate level (19.9%). Most of the target population had declared that they had knowledge about goods from assist at the Thai grocery (97.0%); about three quarters of them had knowledge about goods in very much and much level (74.7%) and had knowledge about goods in moderate level (22.3%). Most of the target population had mentioned that they had gained vision to run business in future from assist at the Thai grocery (94.0%); about two thirds of them had gained vision to run business in future in very much and much level (67.5%) and had gained vision to run business in future in moderate level (26.5%). Most of the target population had mentioned that they had gained purchasing ability from assist at the Thai grocery (92.2%); more than half of them had gained purchasing ability in very much and much level (62.7%) and had gained purchasing ability in moderate level (29.5%). Most of the target population had mentioned that they had gained management ability from assist at the Thai grocery (82.5%), half of them had gained management ability in very much and much level (50.6%) and had gained management ability in moderate level (31.9%) and had gained management ability in low level (17.5%). Most of the target population had mentioned that they had gained accounting ability from assist at the Thai grocery (80.7%), almost half of them had gained accounting ability in very much and much level (48.8%) and had gained accounting ability in moderate level (31.9%) and had gained accounting ability in low level (19.3%). (Table 5)

Table 5 Improvement businesslike competency

n = 166

Businesslike competency	Amount	Percentage
Knowledge about goods		
very much and much level	124	74.7
moderate level	37	22.3
total	166	100.0
Taking care the client		
very much and much level	131	79.0
moderate level	27	16.2
low level	8	4.8
total	166	100.0

Marketing ability

very much and much level	128	77.1
moderate level	33	19.9
low level	5	3.0
total	166	100.0

Knowledge about goods

very much and much level	124	74.7
moderate level	37	22.3
low level	5	3.0
total	166	100.0

Vision to run business in future

very much and much level	112	67.5
moderate level	44	26.5
low level	10	6.0
total	166	100.0

Purchasing ability

very much and much level	104	62.7
moderate level	49	29.5
low level	13	7.8
total	166	100.0

Management ability

very much and much level	84	50.6
moderate level	53	31.9
low level	29	17.5
total	166	100.0

Accounting ability

very much and much level	81	48.8
moderate level	53	31.9
low level	32	19.3
total	166	100.0

Value of the Thai grocery involved to develop economics and social in community

The pattern of Thai community in the past was not much different, especially in the country side. Thai people always living like brotherhood. Thai grocery not only took part in human resource development for the family, but also involved to develop economics and social in community as well. The grocery store in Thai community was like community's center. Most of the target population confirmed that Thai grocery was the meeting center of the community (98.8%); almost two third of them confirmed in very much and much level (65.7%) about one forth confirmed in moderate level (24.1%) and confirmed in low level (10.2%). Most of the target population confirmed that Thai grocery was the convenient store of the community (94.5%); almost two third of them confirmed in very much and much level (65.0%) and more than one forth confirmed in moderate level (29.5%). Most of the target population confirmed

that Thai grocery cooperated with community activities (88.6%); more than half of them confirmed in very much and much level (65.0%) more than one third confirmed in moderate level (35.0%) and confirmed in low level (9.6%). Most of the target population confirmed that Thai grocery served community (90.4%); more than half of them confirmed in very much and much level (52.4%) more than one third confirmed in moderate level (38.0%) and confirmed in low level (1.8%). Most of the target population confirmed that Thai grocery served as communication center (78.9%); almost half of them confirmed in very much and much level (47.0%) more than one fourth confirmed in moderate level (31.9%) and almost one fifth confirmed in low level (19.9%). (Table 6)

Table 6 Thai grocery involved to develop economics and social in community

n = 166

Development	Amount	Percentage
Community's meeting center		
very much and much level	109	65.7
moderate level	40	24.1
low level	17	10.2
total	166	100.0
Convenient store		
very much and much level	108	65.0
moderate level	49	29.5
low level	9	5.5
total	166	100.0
Cooperated with community activities		
very much and much level	89	53.6
moderate level	58	35.0
low level	16	9.6
missing	3	1.8
total	166	100.0
Served community		
very much and much level	87	52.4
moderate level	63	38.0
low level	13	7.8
missing	3	1.8
total	166	100.0
Served as communication center		
very much and much level	78	47.0
moderate level	53	31.9
low level	33	19.9
missing	2	1.2
total	166	100.0

Needs of the Thai grocery to improve business system in future

According to the data, we had learned that Thai grocery need to adjust the business style. It's time to re-engineering, reform and re-inventing the Thai grocery pattern in order to survival in the global world. Thai grocery needed to improve business system for the future.

Most of the target population mentioned that, Thai grocery needed to provide vary choice of goods to satisfy the customers (98.8%), needed bargaining system with the suppliers (98.8%), needed efficiency approach to the target customers (98.8%), needed new trade system (97.6%), needed to develop efficiency system to deduct the goods' cost (97.0%), needed to operate with new technology (97.0%), needed to cooperate between the entrepreneurs (95.8%), needed help from the government sector (94.0%) and needed to opporate with franchising system approach (92.8%) (Table 7)

Table 7 Thai grocery needed to improve business system in future

n = 166

Improvement	Amount	Percentage
Need to provide vary of goods		
very much and much level	150	90.4
moderate level	14	8.4
low level	2	1.2
total	166	100.0
Need bargaining system with the suppliers		
very much and much level	146	88.0
moderate level	18	10.8
low level	2	1.2
total	166	100.0
Need efficiency approach to the target customers		
very much and much level	146	88.0
moderate level	18	10.8
low level	2	1.2
total	166	100.0
Need to develop efficiency system to deduct the goods' cost		
very much and much level	139	83.7
moderate level	22	13.3
low level	5	3.0
total	166	100.0
Need to cooperate between the entrepreneurs		
very much and much level	131	79.0
moderate level	28	16.8
low level	7	4.2
total	166	100.0
Need help from the government sector		
very much and much level	129	77.7
moderate level	27	16.3
low level	10	6.0
total	166	100.0
Need new trade system		
very much and much level	124	74.7
moderate level	38	22.9
low level	4	2.4
total	166	100.0

Need to operate with new technology

very much and much level	122	73.5
moderate level	39	23.5
low level	5	3.0
total	166	100.0

Franchising system approach was needs

very much and much level	110	66.3
moderate level	44	26.5
low level	12	7.2
total	166	100.0

Conclusions

Thai grocery had developed well performance characteristic and competency of human resource, and also educated knowledge and positive attitude for human resource in order to run grocery business with self sufficiency in future, nevertheless dominated cheap and selfish character as well. Thai grocery not only took part in human resource development for the family, but also involved to develop economics and social in community as well. According to the data, we had learned that Thai grocery need to adjust the business style. It's time to re-engineering, reform and re-inventing the Thai grocery pattern in order to survival in the global world. Thai grocery needed to improve business system for the future, such as; needed to provide more variety of goods, set high potential purchasing system, such as low price, provided strong approach to individual customer, Thai grocery network system like franchise system was necessary, such as quality system management, new trade approach and information technology system. Assistant from the government was needed.

Recommendation

1. Thai youth should be convinced to learn about the path and value of Thai grocery, in order to conserve Thai culture of brotherhood Thai way of living style in the community.
2. Franchise system approach may need to operate with Thai grocery, in order to re-engineering, reform and re-inventing the Thai grocery pattern in order to survival in the global world.
3. The potential of Thai grocery as the community center, needed to set up as mass communication for the community, such as warning center for the six province, which effected from the disaster, tsunami.

Reference

C.A.Internation Information Co.,Ltd. 1999. Impact, Competition and Coordination of Thai grocery entrepreneur that may effect to the customer in Thailand. Bangkok:
C.A.Internation Information Co.,Ltd.

The Manager Online, Wednesday 12 November, 2003 www.thairetailer.org

Voi Sukprasert. 2003. interviewing the customer of the Thai grocery, November, 2003.