

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด จัดเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผลจาก การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผล อภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนั้นผู้วิจัยยัง ได้มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีการดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยของการประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาระดับของการปรับตัวของธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยของการประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง
2. การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยของการประกอบการ มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกแบบตั้งเคมในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 3,569 ร้าน (บริษัท เอ็นทีเอส ยูนิเทคคิง จำกัด ศูนย์จัดจำหน่ายบริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย เทคคิง จำกัด. 2554 : 1-3)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกแบบตั้งเคมในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 360 ร้าน คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane. 1973 : 727 ; อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด. 2553 : 38) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับผลาก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อหาคุณภาพด้านความเที่ยงตรง ปรับปรุงแก้ไข และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลองซึ่งมีใหม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดยโสธร ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbrach's Alpha Coefficient) ซึ่ง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยหาผู้ช่วยวิจัยจำนวน 5 คน รวมผู้วิจัยด้วยเป็น 6 คน นำหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด แล้วให้ผู้ช่วยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมทั้งหมด 360 ชุด นำไปวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

4.1 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา กำไรต่อเดือน (แบบสอบถามตอนที่ 1) โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกิจการ ได้แก่ ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ การเปลี่ยนแปลงของยอดขาย การเปลี่ยนแปลงของกำไร

การเปลี่ยนแปลงของสินค้า และการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน (แบบสอบถามตอนที่ 2) โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.3 ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ได้แก่ ภาวะทางเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม

4.4 ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในกิจการ ได้แก่ ผลผลิตที่แตกต่าง ผู้นำทางต้นทุน และการตอบสนองโดยเร็ว ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 4 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม

4.5 ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปรับตัวของธุรกิจ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการจัดการ และด้านการบริหารงานบุคคล ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 5 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม

4.6 ขั้นตอนที่ 6 การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อตัวแปรตามที่ทำให้ระดับการปรับตัวของร้านค้าปลีกเพิ่มสูงขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงแบบกำหนดตัวแปรเข้าไปในสมการทั้งหมด (Enter Method) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติที่แสดงค่าของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ที่มีผลต่อตัวแปรตามอีกตัวเดียว เพื่อที่จะพยากรณ์ค่าของตัวแปรตาม จำนวน 4 ตัว เมื่อทราบค่าต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ จำนวน 17 ตัว และนำผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงไปตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และสมมติฐาน เพื่อแสดงว่า ตัวแปรอิสระ จำนวน 17 ปัจจัย มีผลต่อตัวแปรตาม 4 ปัจจัยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีค่ามากที่สุด ไปหาปัจจัยที่มีค่าน้อยที่สุดและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.0) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 38.3) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 40.0) มีกำไรต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 40.0)

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด มีขนาดของกิจการ 2 คูหา / 7-12 ตร.ม. (ร้อยละ 46.7) มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 10 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 48.3) มีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 45.0) มีการเปลี่ยนแปลงของกำไรเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 41.7) มีการเปลี่ยนแปลงของสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 71.7) มีการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านจากร้านค้าส่ง (ร้อยละ 53.3)

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ สังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.41$) เทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.31$) การเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 4.21$) และภาวะทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ค่านิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีแนวทางในการปรับปรุงกิจการคือ การขายสินค้าให้ถูกลง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ในสังคมปัจจุบัน ($\bar{X} = 4.45$) ผู้ประกอบการต้องใช้เวลาได้เปรียบในเรื่องสถานที่ใกล้บ้านสะดวกในการเดินทาง เป็นสิ่งดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก ($\bar{X} = 4.40$) และผู้ประกอบการคิดว่าข้อเสียของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ ร้านค้าเก่าและมีคิบบ สินค้ามีให้เลือกน้อย เก้าเก็บ เลือกสินค้าเองไม่ได้ ($\bar{X} = 4.38$) ตามลำดับ

2. ด้านเทคโนโลยี

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ด้านเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัย เช่น เครื่องคิดเงิน

อัตโนมัติ ผู้เช่า สินค้าเครื่องสำอาง ผู้ไอศกรีม เครื่องปรับอากาศ และเครื่องเติมเงินอัตโนมัติ ($\bar{x} = 4.38$) ผู้ประกอบการควรมานำคอมพิวเตอร์มาช่วยงานภายในร้านเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า ทำให้ไม่ต้องเสียเวลารอนาน ($\bar{x} = 4.28$) และผู้ประกอบการควรมานำคอมพิวเตอร์มาช่วยงานภายในร้านด้านการทำบัญชี การเก็บข้อมูลสินค้าคงคลัง และการเก็บข้อมูลของลูกค้า ทำให้เกิดความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 4.26$) ตามลำดับ

3. ด้านการเมืองและกฎหมาย

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการด้านการเมืองและกฎหมาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการจัดหาแหล่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในราคาถูกลง ($\bar{x} = 4.46$) มีการลดภาษีให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ($\bar{x} = 4.36$) การเรียกเก็บภาษีจากรูกรักร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอัตราที่สูง มีผลกระทบต่อด้านการเงินของผู้ประกอบการ ($\bar{x} = 4.21$) การออกกฎหมายควบคุมรูกรักค้าปลีกต่างชาติ มีผลกระทบต่อยอดขายของกิจการ ($\bar{x} = 4.10$) และมีการจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการ ($\bar{x} = 3.93$) ตามลำดับ

4. ด้านภาวะทางเศรษฐกิจ

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการด้านภาวะทางเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า ($\bar{x} = 4.38$) ปัญหาการว่างงานในปัจจุบันมีผลต่อจำนวนลูกค้า ($\bar{x} = 4.21$) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม ($\bar{x} = 3.75$) ตามลำดับ

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในกิจการ โดยรวมและรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 1 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้นำทางต้นทุน ($\bar{x} = 4.09$) การตอบสนองโดยเร็ว ($\bar{x} = 4.04$) และผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง ($\bar{x} = 3.44$) ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้นำทางต้นทุน

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในกิจการด้านผู้นำทางต้นทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการลดต้นทุน โดยการซื้อสินค้าจำนวนมากแล้วนำมาแบ่งขาย เช่น น้ำตาลทราย 1 กระสอบ น้ำหนัก 50 ก.ก. แบ่งเป็นถุงละ 1 ก.ก. เป็นต้น ($\bar{x} = 4.23$) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการลดต้นทุน โดยการใช้แรงงานภายในครอบครัวทำให้ไม่ต้องจ้างคนงาน ($\bar{x} = 4.21$) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใช้วิธีซื้อสินค้าเข้าร้านจากแหล่งที่สามารถขายส่งให้ได้ในราคาถูกที่สุดหรือแหล่งที่มีข้อเสนอที่ดีที่สุด เช่น เครดิต 60 วัน เป็นต้น ($\bar{x} = 4.18$) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการลดต้นทุน โดยการแนะนำให้ลูกค้าสั่งสินค้าไว้ และนัดให้มารับสินค้าในวันที่สินค้ามาส่งซึ่งเป็นการประหยัดต้นทุนในการจัดเก็บ ($\bar{x} = 3.73$) ตามลำดับ

2. ด้านการตอบสนองโดยเร็ว

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในกิจการ ด้านการตอบสนองโดยเร็ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ โดยสามารถเรียง ลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการเตรียมสินค้าไว้หลายขนาด เพื่อความสะดวกของลูกค้า เช่น ข้าวสาร มีขนาด 1 ก.ก., 5 ก.ก. และ 15 ก.ก. เป็นต้น ($\bar{x} = 4.20$) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการจัดวางสินค้าไว้เป็นกลุ่ม ทำให้สามารถหยิบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.11$) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน เพื่อจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 3.98$) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถจัดหาสินค้าให้กับลูกค้าได้ภายในเย็นของวันรุ่งขึ้น ($\bar{x} = 3.86$) ตามลำดับ

3. ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในกิจการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 2 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้าสำหรับอุปโภคบริโภค หลากหลายชนิด และแต่ละชนิดจะมีตั้งแต่ 2 ยี่ห้อขึ้นไป เช่น สบู่ ยาสีฟัน กาแฟ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.62$) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้าที่ใช้ในการซ่อมแซมบ้านไว้จำหน่าย เช่น ตะปู ปูนขาว เป็นต้น ($\bar{x} = 3.60$) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้าที่ใช้ในการซ่อมแซมแก้ไข ระบบไฟฟ้าภายในบ้านไว้จำหน่าย เช่น เทปพันสายไฟ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.29$) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถจัดหาสินค้า ตามที่ลูกค้าต้องการได้ ($\bar{x} = 3.25$) ตามลำดับ

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการตลาด ($\bar{x} = 3.88$) ด้านการเงิน

($\bar{x} = 3.87$) ด้านการบริหารงานบุคคล ($\bar{x} = 3.87$) และด้านการจัดการ ($\bar{x} = 3.78$) ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการตลาด

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ ด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 6 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการเพิ่มจำนวนและชนิดของสินค้าภายในร้าน ($\bar{x} = 4.16$) ให้อิสระแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง ($\bar{x} = 4.12$) มีการกำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง ($\bar{x} = 3.97$) มีการดูแลคุณภาพของสินค้าภายในร้าน ($\bar{x} = 3.92$) สินค้าจำหน่ายสามารถเปลี่ยนคืนได้ ($\bar{x} = 3.80$) มีพื้นที่สำหรับที่จอดรถของลูกค้า ($\bar{x} = 3.77$) และราคาสินค้าสามารถต่อรองได้ ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ

2. ด้านการเงิน

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ ด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการวางแผนทางการเงินอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.26$) มีการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ($\bar{x} = 4.10$) มีการจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.90$) มีการหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ($\bar{x} = 3.76$) และมีการให้เครดิต เช่น นำสินค้าไปใช้ก่อนแล้วจ่ายเงินทีหลัง ($\bar{x} = 3.30$) ตามลำดับ

3. ด้านการบริหารงานบุคคล

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ ด้านการบริหารงานบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ภายในร้านอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.14$) พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม/อภัยค้ำคิ/มีมารยาท ($\bar{x} = 4.11$) ความรวดเร็วถูกต้อง หรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย ($\bar{x} = 4.03$) มีการควบคุมคุณภาพและการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ($\bar{x} = 3.96$) มีการจัดสวัสดิการและผลตอบแทนให้กับพนักงานขาย ($\bar{x} = 3.50$) และมีการอบรมและฝึกงานให้กับพนักงานขาย ($\bar{x} = 3.49$) ตามลำดับ

4. ด้านการจัดการ

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ ด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน

3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการจัดชั้นวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการหาสินค้าได้ง่าย ($\bar{x} = 4.23$) มีการปรับปรุงบริเวณหน้าร้านให้สะอาด สวยงาม เพื่อดึงดูดใจลูกค้า ผู้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.13$) มีการควบคุมสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อการขาย ($\bar{x} = 3.98$) ได้รับส่วนลดจากการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิต และผู้ค้าส่ง โดยตรง ($\bar{x} = 3.46$) และมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้านค้า ($\bar{x} = 3.12$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 10 ตัวแปร สามารถเรียง ลำดับจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนดิบมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน (X_{10}) การเมืองและกฎหมาย (X_{12}) สังคมและวัฒนธรรม (X_{14}) เพศ (X_1) เทคโนโลยี (X_{13}) การตอบสนองโดยรวดเร็ว (X_{17}) กำไรต่อเดือน (X_4) ระยะเวลาในการดำเนินการ (X_6) ขนาดของกิจการ (X_5) ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (X_{15}) ตามลำดับ

ดังนั้นเมื่อทราบค่าคงที่ เท่ากับ -8.95 ทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์อยู่ในรูปคะแนนดิบ (b) และทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน จึงสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$Y = (-8.95) + (0.199)X_1 + (0.129)X_4 + (-0.146)X_5 + (-0.107)X_6 + (4.084)X_{10} \\ + (0.365)X_{12} + (0.172)X_{13} + (0.285)X_{14} + (-5.98)X_{15} + (0.161)X_{17}$$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = (0.183)Z_1 + (0.392)Z_4 + (-0.216)Z_5 + (-0.235)Z_6 + (0.098)Z_{10} + (0.444)Z_{12} \\ + (0.243)Z_{13} + (0.299)Z_{14} + (-0.069)Z_{15} + (0.292)Z_{17}$$

เมื่อ Y และ Z = การปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำมาเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 10 ตัวแปร สามารถเรียงลำดับ

จากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนมาตรฐานมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน ($X_{10}=0.098$) การเมือง และกฎหมาย ($X_{12}=0.444$) สังคมและวัฒนธรรม ($X_{14}=0.299$) เพศ ($X_1=0.183$) เทคโนโลยี ($X_{13}=0.243$) การตอบสนองโดยรวดเร็ว ($X_{17}=0.292$) กำไรต่อเดือน ($X_4=0.392$) ระยะเวลาในการดำเนินการ ($X_6=-0.235$) ขนาดของกิจการ ($X_5=-0.216$) ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง ($X_{15}=-0.069$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่อง จากการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และมีความหลากหลายในตัวสินค้า ทำให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะทำให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน นโยบายด้านการเมืองและกฎหมายของภาครัฐที่เป็นการออกกฎหมายควบคุมธุรกิจค้าปลีกต่างชาติก็เป็นอีกตัวช่วยหนึ่งที่ทำให้ร้านค้าปลีกสามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกต่างชาติ มีเงินทุนหมุนเวียนสูง สามารถซื้อสินค้าได้คราวละมาก ๆ ทำให้ต้นทุนของสินค้าต่ำลง ในขณะที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้น ไม่สามารถที่จะทำแบบธุรกิจค้าปลีกต่างชาติได้ ดังนั้นภาครัฐควรมีมาตรการในการช่วยเหลือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลดภาษี การจัดหาแหล่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในราคาถูก เป็นต้น การที่สังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป ทำให้การดำเนินชีวิตของประชาชนก็เปลี่ยนไปด้วย มีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ เข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก็ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เกิดความทันสมัยเข้ากับสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มแรงจูงใจที่จะทำให้ประชาชนยังคงเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อไป การที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้า ที่หลากหลาย อยู่ภายในชุมชนหรืออยู่ใกล้บ้านนั้น สามารถทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลาย ครบถ้วนตามความต้องการของผู้บริโภค ก็เป็นจุดแข็งจุดหนึ่งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เนื่องจากผู้บริโภค ไม่จำเป็นต้องเสียเวลาในการเดินทางเพื่อไปหาซื้อสินค้าและบริการ

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิดา เจตะวัฒนะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ จากการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ และการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม : ศึกษาในเขตเทศบาลตำบลบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ที่มีต่อจำนวนยอดขาย จำนวนลูกค้า หนี้สิน และการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า หลังจากมีดิสเคานท์ส โตร์เข้ามาตั้งในจังหวัดระยอง ได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนยอดขายและจำนวนลูกค้าของร้านค้าปลีก โดยหลังมีดิสเคานท์ส โตร์จำนวนยอดขายเฉลี่ยต่อวันลดลงจากเดิมที่มียอดขาย 5,000 บาทขึ้นไปต่อวัน เหลือเพียง 1,000-2,000 บาทต่อวัน จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าในร้านเมื่อก่อนมีจำนวน 41-60 คนต่อวัน เหลือเพียง 21-40 คนต่อวัน โดยกลุ่มลูกค้าที่หายไป

ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งก่อนมีดีสเคานท์ส โตร์เป็นลูกค้าที่มาอุดหนุนมากที่สุด แต่ไม่ส่งผลต่อหนี้สินของร้านค้าปลีกมากนัก ส่วนการปรับตัวของร้านค้าปลีกก็เข้าไปในลักษณะเพิ่มสินค้า ให้มีความหลากหลายมากที่สุด นอกจากนั้นก็เป็นการปรับปรุงสภาพร้านให้ดูทันสมัยลดราคา แต่มีร้านค้าจำนวนน้อยที่จะขยายระยะเวลาในการเปิด-ปิด และนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกิจการ และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไววิทย์ นพพัลลภ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการดำเนิน งานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบ การส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46-55 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่าร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีขนาดหนึ่งคูหา ตั้งอยู่ในชอยล์ลักษณะเป็นห้องธรรมดาเปิดโล่ง ด้านหน้า และไม่มีที่จอดรถยนต์ อยู่ห่างจากร้านคู่แข่งไม่เกิน 50 เมตร และอยู่ห่างจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ระยะทาง 2-5 กิโลเมตร ไม่มีลูกจ้างช่วยงานร้านและมีระยะเวลาดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี เปิดบริการ 9-12 ชม.ต่อวัน ยอดขายโดยประมาณของร้านส่วนใหญ่คือ 501-1,000 บาทต่อวัน นโยบายด้านสินค้า พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในร้านมีขนมขบเคี้ยวเป็นสินค้าหลักของร้าน รองลงมาคือของใช้ส่วนตัว อาหารแห้ง เครื่องปรุงรส เครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์และบุหรี โดยสินค้าที่ขายดีที่สุดในร้านคือ บุหรี รองลงมาคือขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มมีและไม่มีแอลกอฮอล์ แหล่งซื้อสินค้าเข้าร้านส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น แม็คโคร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการซื้อสินค้าสัปดาห์ละครั้ง โดยสังเกตจากสินค้าที่วางอยู่บนชั้นวางว่าหมดหรือเกือบหมดเป็นหลัก การตั้งราคาสินค้าส่วนใหญ่ตั้งตามราคาของผู้ผลิตกำหนด ผู้ประกอบ การส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าได้กำไรแน่นอนเท่าไร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทำการส่งเสริมการขาย ในส่วนที่นั่นผู้ประกอบการจะใช้การลดราคาสินค้าเป็นหลัก นโยบายบริการลูกค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้บริการลูกค้าแบบผสมคือมีคนช่วยหยิบสินค้าให้บ้างและลูกค้าเลือกหยิบเองตามความชอบบ้าง นโยบายบุคลากรในร้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่จ้างลูกจ้าง สำหรับผู้ที่ว่าจ้างพบว่าส่วนใหญ่จ้างเป็นรายวัน ลูกจ้างส่วนใหญ่ทำงานด้วยนานกว่า 1-2 ปี โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วิธีทำงานไปสอนกันไป นโยบายทั่วไป พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วิธีไปร่วมงานบวช งานศพ แต่งงาน เป็นหลัก การสร้างสัมพันธ์กับผู้ขายส่งสินค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ทำ ในกรณีที่ทำจะใช้วิธีพูดคุยสร้างความคุ้นเคยและกับคู่แข่งส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างสัมพันธ์ ในกรณีที่ทำจะใช้การร่วมมือไม่ขายลดราคาและไม่กล่าวโจมตีคู่แข่งเป็นหลัก เมื่อพิจารณาจุดแข็งของร้านค้าปลีกที่ทำการ ศึกษาเปรียบเทียบกับร้านของคู่แข่งส่วนใหญ่พบว่าเป็นเรื่องของทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า ในขณะที่จุดอ่อนคือมีสินค้าให้เลือกน้อยกว่า ส่วนกรณีเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น คาร์ฟูร์ พบว่า จุดแข็งส่วนใหญ่ คือ ทำเลที่ตั้งดีกว่าจุดอ่อนที่สำคัญ คือ มีการส่งเสริมการขาย (ลดแลกแจกแถม) น้อยกว่า ปัญหาการดำเนินงานทั่วไปที่พบส่วนใหญ่ คือ

ต้นทุนที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ รongลงมา คือ การที่มีร้านค้าคู่แข่งเพิ่มขึ้นและเงินสดหมุนเวียนไม่เพียงพอสำหรับแผนงานในอนาคตนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนงาน รongลงมาคือ เลิกกิจการและขยายร้านให้ใหญ่ขึ้น

จากสภาพที่ปรากฏเป็นภาพรวม ผู้วิจัยใคร่ขอนำเสนอเพื่ออภิปรายผลให้เห็นเป็น รายด้าน เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ให้มีประสิทธิภาพต่อไป ดังนี้

1. ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการตลาด ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 10 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนมาตรฐานมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงของสินค้า การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน สังคมและวัฒนธรรม เพศ การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี กำไรต่อเดือน การตอบสนอง โดยรวดเร็ว ขนาดของกิจการ อายุ ผู้นำทางต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง สาเหตุอาจเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ล้วนแต่ส่งผลต่อด้านการตลาดของธุรกิจร้านค้าปลีกทั้งสิ้น อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงของสินค้า ภายในร้านทำให้สินค้ามีความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีก ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดซื้อสินค้าเข้าร้านตามมาด้วย อีกทั้งความสะดวกรวดเร็วในการจัดหาสินค้าก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพราะในสังคมปัจจุบันการแข่งขันในทุก ๆ ด้านค่อนข้างสูงดังนั้นปัจจัยด้านการตลาดก็มีส่วนที่จะช่วยในการผลักดันให้ผลของการประกอบเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งถ้าร้านค้าปลีกสามารถบริหารจัดการ ได้ก็จะทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ได้ในสภาพเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ ฟอกซ์ (Fox, 1999 : 54) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายการบริหารร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่อยู่ในรูปแบบของกลุ่มร้านขายปลีกที่มีเจ้าของเดียวกัน (Chain Stores) ได้แก่ เรื่องนโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาดและความหลากหลายของสินค้าภายในร้าน ซึ่งนโยบายดังกล่าวจะมีความแตกต่างจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Retailers) โดยงานวิจัยนี้ต้องการสำรวจว่านโยบายต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น จะส่งผลต่อรายได้ของร้านค้าปลีกรูปแบบต่าง ๆ นั้นอย่างไร ซึ่งผลของการวิจัยพบว่าความหลากหลายของสินค้าภายในร้านจะมีผลต่อยอดขายและพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากกว่าการใช้นโยบายด้านราคา และการส่งเสริมทางการตลาด สำหรับการทำโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษทางการตลาดจะส่งผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในขณะที่การลดราคาสินค้าที่ไม่ได้ทำการโฆษณานั้นจะ

ไม่ส่งผลใด ๆ เลย นอกจากนี้ระยะเวลาในการเดินทางมาที่ร้านค้าปลีกก็มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเช่นกัน และยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ สูดาควง เรื่องจิริระ (2540 : 70) ประกอบด้วย กลยุทธ์ของผู้นำในตลาด (Market Leader Strategies) ประกอบด้วย การขยายอุปสงค์ในตลาดรวม (Expanding the Total Market) การกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ใช้ใหม่ให้ใช้ผลิตภัณฑ์บริษัท การค้นหาและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการเอาชนะ ผู้บริโภคให้ใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มขึ้น การปกป้องส่วนครองตลาด (Protecting Market Share) การป้องกันโดยตั้งป้อมรับ (Position Defense) เป็นวิธีการที่อยู่ในสภาพเตรียมพร้อม โดยการพยายามขยายสายผลิตภัณฑ์ การป้องกันด้านข้าง (Flanking Defense) เป็นการป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาแย่งชิงลูกค้าโดยผู้นำต้องขจัดจุดอ่อน แล้วแก้ไขปรับปรุงในเรื่องนั้น การป้องกันด้านหน้า (Preemptive Defense) เป็นวิธีการวางแผนไว้ล่วงหน้าโดยสร้างจุดแข็งทางการตลาดการป้องกันโดยการตอบโต้ (Counteroffensive Defense) เป็นวิธีการปกป้องการแย่งลูกค้าโดยใช้เครื่องมือการตลาด (4Ps) ตอบโต้กับคู่แข่ง อย่างเข้มข้นการป้องกันแบบเคลื่อนที่ (Mobile Defense) เป็นวิธีการที่ผู้นำมีการเคลื่อนไหวในการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ธุรกิจใหม่ หรือบริการใหม่ การป้องกันแบบดอยมีเชิง (Contraction Defense) ผู้นำทางการตลาดพยายามขยายส่วนครองตลาดให้เพิ่มขึ้นเพื่อให้อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนเพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยของการประกอบกิจการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเงิน ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 8 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนมาตรฐานมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ อายุ กำไรต่อเดือน สังคม และวัฒนธรรม เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย การตอบสนองโดยรวดเร็ว ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ระดับการศึกษา สาเหตุเนื่องมาจากประสบการณ์ของผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกนั้น ส่งผลต่อปัจจัยด้านการเงินของธุรกิจร้านค้าปลีกโดยตรง อีกทั้งการมีวิสัยทัศน์ที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาร้านค้าปลีกสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ภายใต้แรงกดดันของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้จากผลกำไรต่อเดือนและระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ของร้านค้าปลีก ทั้งนี้ปัจจัยด้านการเงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นอย่างมาก เนื่องจากถ้าไม่สามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างถูกต้องและมีเหมาะสมก็จะทำให้ร้านค้าปลีกขาดสภาพคล่องทางการเงินได้

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ นภากาศ อ่อนนาค (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการณ์บริโภค และผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีก

ขนาดใหญ่ พบว่า จุดเริ่มต้นในทางการค้าของร้านค้ารายย่อยเป็นธุรกิจที่ทำกันเองในครอบครัว โดยทำการเริ่มต้นจากเงินออมของครอบครัว ในช่วงแรกของการทำธุรกิจประเภทนี้ทำให้มีรายได้ดี แต่หลังจากที่มีธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ (ดิสเคานท์สโตร์) เข้ามาทำให้ธุรกิจมีรายได้น้อยลง จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านค้ารายย่อยน้อยลง ผู้บริโภคมีความนิยมที่ใช้บริการทางด้านธุรกิจค้าปลีก รายใหญ่มากขึ้น เนื่องจากสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และได้รับการบริการที่ดี ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้ารายย่อยเกิดปัญหาในเรื่องเงินทุนและการปรับปรุงร้านค้าของตนเพื่อสู้กับธุรกิจค้าปลีก รายใหญ่ แต่ส่วนใหญ่ก็ต้องปิดกิจการลง ในทางรัฐบาลที่จะเข้ามาช่วยเหลือให้การกำหนดราคา การเปิด-ปิดให้เป็นเวลานั้น ร้านค้ารายย่อยมีความเห็นด้วยแต่ไม่แน่ใจในแง่ช่องทางการปฏิบัติตาม มาตรการดังกล่าว และสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราศรัย พัสสะ (2545 : 76) กล่าวว่าไว้ว่า เหตุผลที่ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็ก ต่างพยายามปรับตัวเพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ มีดังนี้

- 2.1 พยายามลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น เช่น ค่าจ้างพนักงาน โดยพยายามจัดการภายในครอบครัวมากกว่าการจ้างลูกจ้าง
- 2.2 ตั้งราคาสินค้า โดยการสำรวจสินค้าของคู่แข่งและปรับลดลงมาให้ใกล้เคียงกัน เพื่อให้สามารถขายสินค้าและมีเงินทุนหมุนเวียนได้
- 2.3 นำสินค้าเฉพาะที่มีการหมุนเวียนสูงมาจำหน่าย ขายสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้าในขนาดบรรจุที่เล็กกว่าผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่
- 2.4 ปรับปรุงร้านค้าให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ
- 2.5 พยายามเพิ่มชนิดของสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- 2.6 เนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ต้องสั่งเป็นจำนวนมากต่อครั้ง และซัพพลายเออร์จะมาส่งสินค้าเพียงเดือนละครั้ง แม้ว่าซัพพลายเออร์บางรายจะให้เครดิต แต่ร้านค้าไม่ต้องการเก็บสินค้าคงคลังในปริมาณมาก ดังนั้นจึงเปลี่ยนจากการสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์มาเป็นการสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ร้านค้าส่งแทน ซึ่งทำให้ลดเงินทุนและสามารถสั่งซื้อสินค้าจำนวนน้อยมาจำหน่าย เมื่อสินค้าหมดแล้วจึงไปซื้อสินค้าใหม่

3. ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการจัดการ ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 9 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนมาตรฐานมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงของสินค้า การจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม กำไร

ต่อเดือน เพศ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดของกิจการ สาเหตุเนื่องมาจากปัจจัยด้านการจัดการนั้น เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ภาพลักษณะของร้านค้าปลีกเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่มาใช้ภายในร้านค้า และมีการออกแบบการจัดการภายในร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีการแบ่งเป็นสัดส่วน เช่น สินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตก็จัดไว้ในที่ ๆ เห็นได้ง่ายส่งผลให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในเข้ามาใช้บริการของลูกค้า

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ ไววิทย์ นพพัลลภ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46-55 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่าร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีขนาดหนึ่งคูหา ตั้งอยู่ในซอยลักษณะเป็นห้องธรรมดา เปิดโล่งด้านหน้า และไม่มีที่จอดรถยนต์ อยู่ห่างจากร้านคู่แข่งไม่เกิน 50 เมตร และอยู่ห่างจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ระยะทาง 2-5 กิโลเมตร ไม่มีลูกจ้างช่วยงานร้านและมีระยะเวลาดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี เปิดบริการ 9-12 ชม.ต่อวัน ยอดขายโดยประมาณของร้านส่วนใหญ่คือ 501-1,000 บาทต่อวัน นโยบายด้านสินค้า พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในร้านมีขนมขบเคี้ยวเป็นสินค้าหลักของร้าน รองลงมาคือของใช้ส่วนตัว อาหารแห้ง เครื่องปรุงรส เครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์และบุหรี โดยสินค้าที่ขายดีที่สุดภายในร้านคือ บุหรี รองลงมาคือขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มมีและไม่มีแอลกอฮอล์ แหล่งซื้อสินค้าเข้าร้านส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น แม็คโคร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการซื้อสินค้าสัปดาห์ละครั้ง โดยสังเกตจากสินค้าที่วางอยู่บนชั้นวางว่าหมดหรือเกือบหมดเป็นหลัก การตั้งราคาสินค้า ส่วนใหญ่ตั้งตามราคาที่ผู้ผลิตกำหนด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าได้กำไรแน่นอนเท่าไร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทำการส่งเสริมการขาย ในส่วนที่ทำนั้นผู้ประกอบการจะใช้การลดราคาสินค้าเป็นหลัก นโยบายบริการลูกค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้บริการลูกค้าแบบผสมคือมีคนช่วยหยิบสินค้าให้บ้างและลูกค้าเลือกหยิบเองตามความชอบบ้าง นโยบายบุคลากรในร้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่จ้างลูกจ้าง สำหรับผู้ที่ว่าจ้างพบว่าส่วนใหญ่จ้างเป็นรายวัน ลูกจ้างส่วนใหญ่ทำงานด้วยนานกว่า 1-2 ปี โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วิธีทำงานไปสอนไป นโยบายทั่วไป พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วิธีไปร่วมงานบวช งานศพ แต่งงาน เป็นหลัก การสร้างสัมพันธ์กับผู้ขายส่งสินค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ทำ ในกรณีที่ทำจะใช้วิธีพูดคุยสร้างความคุ้นเคยและกับคู่แข่งส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างสัมพันธ์ ในกรณีที่ทำจะใช้การร่วมมือไม่ขายตัดราคาและไม่กล่าวโจมตีคู่แข่งเป็นหลัก เมื่อพิจารณาจุดแข็งของร้านค้าปลีกที่ทำการศึกษาร่วมกับร้านของคู่แข่งชั้นส่วนใหญ่พบว่า เป็นเรื่องของทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า ในขณะที่จุดอ่อนคือมีสินค้าให้เลือกน้อยกว่า ส่วนกรณีเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น คาร์ฟูร์ พบว่า จุดแข็งส่วนใหญ่ คือ ทำเลที่ตั้งดีกว่าจุดอ่อนที่สำคัญ คือ มีการ

ส่งเสริมการขาย (ลดแลกแจกแถม) น้อยกว่า ปัญหาการดำเนินงานทั่วไปที่พบส่วนใหญ่ คือต้นทุนที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ รองลงมา คือ การที่มีร้านค้าคู่แข่งเพิ่มขึ้นและเงินสดหมุนเวียนไม่เพียงพอ สำหรับแผนงานในอนาคตนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนงาน รองลงมาคือ เลิกกิจการและขยายร้านให้ใหญ่ขึ้น

4. ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริหารงานบุคคล ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริหารงานบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 10 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียง ลำดับจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนมาตรฐานมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม การตอบสนอง โดยรวดเร็ว กำไรต่อเดือน เพศ ผลผลิตที่แตกต่าง การเปลี่ยนแปลงของสินค้า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดของกิจการ อายุ สาเหตุเนื่องมาจากการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดหาบุคคลเข้ามาทำงานภายในร้านค้าปลีกนั้น จะต้องเป็นบุคลากรที่มีความรู้ ความขยัน ความเอาใจใส่ต่อหน้าที่การงาน เพราะลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ นั้น มีความต้องการที่จะได้รับการบริการอย่างดีจากผู้ขาย อีกทั้งยังสามารถสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้า ได้อีกด้วย การที่ผู้ขายสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้นั้นก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ลูกค้าได้อีกด้วย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ สุเมธ ไกรพิทักษ์กุล (2545 : บทคัดย่อ)

ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้มีความเห็นว่าปัจจัยเรื่องของความหลากหลายและราคาของสินค้า มีส่วนเป็นอย่างมากที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อยอดขายและจำนวนลูกค้ากับร้านค้าปลีกหลังจากที่มีการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ และร้านค้าปลีกจะต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าและสร้างไมตรีที่ดีแก่ลูกค้าตลอดจนกระทั่งจัดหาสินค้าใหม่ ๆ มาบริการลูกค้าในชุมชนอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสร้างความจงรักภักดีและความเอาใจใส่จากลูกค้า เพราะผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีสาเหตุมาจากลูกค้าและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับ โรเบิร์ต แทกการ์ท (Robert Taggart, 2003 : 9) ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องทักษะการให้บริการแบบเข้าถึงลูกค้า ในเรื่องรู้จักลูกค้าเพื่อความ สำเร็จในธุรกิจการค้า (Get to Know Your Customer) ในแถบอเมริกาเหนือ ได้ผลสรุปออกมาว่าพนักงานค้าปลีกจัดได้ว่าเป็นอาชีพหนึ่ง ที่ต้องการความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และทักษะในการจัดการที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นอย่างดียิ่งด้วย ดังนั้นพนักงานขายมืออาชีพ ก็คือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้านั่นเอง เนื่องจากพวกเขาสามารถใช้ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ เปลี่ยนลักษณะของงาน

ได้โดยง่ายจากที่ทำอยู่ประจำซ้ำ ๆ ให้กลายเป็นงานที่มีความตื่นเต้น และได้รับผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าอยู่เสมอและการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ก็จะนำมาซึ่งผลตอบแทนที่มากมาย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอแนะเกี่ยวกับผลการวิจัยครั้งนี้ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และประเด็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการนำไปใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ควรให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าให้มีเพียงพอต่อการจำหน่ายและเหมาะสมทั้งชนิด รูปร่าง ขนาด และตราที่ห่อ ตลอดจนการจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่เหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการเพิ่มยอดขายและผลกำไร ให้กับธุรกิจค้าปลีกเนื่องจากผู้บริโภคจะมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป

1.2 มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่และขนาด ในการดำเนินกิจการ ทำให้ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีขนาดเล็กมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การให้บริการที่ดี มีความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความซื่อสัตย์และจริงใจ เป็นข้อได้เปรียบของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เนื่องจากร้านค้าปลีกอยู่ภายในชุมชนสะดวกในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

1.3 การจัดการและบริหารงานในเรื่องระบบบัญชีแบบง่าย ๆ สามารถทำเป็นรายรับ รายจ่าย เช็คยอดสินค้าเข้า และออก เพื่อให้รู้จำนวนที่แน่นอน และติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค

1.4 มีการแบ่งขายสินค้าบางรายการ เช่น น้ำตาล ข้าวสาร ตะปู ปูนขาว เป็นต้น เพื่อลดต้นทุนการซื้อสินค้าของลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าในปริมาณที่มากเกินไปจนเกิดความไม่สะดวกที่จะนำไปใช้ จึงเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ไม่สามารถที่จะทำได้

1.5 ผู้ประกอบการเองที่จำเป็นจะต้องมีความเข้าใจถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และรู้จักปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และอยู่รอดได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมสามารถทำได้ในขั้นต้นคือ เร่งปรับตัวโดยลดจุดด้อย เพิ่มจุดแข็งซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญก่อนจะรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ยกตัวอย่าง เช่น ต้องมีความพร้อมทั้งในด้านการจัดตกแต่งร้าน ให้มีความสะอาด สวยงาม จัดหมวดหมู่สินค้าให้เป็นสัดส่วน หรือสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อดึงดูดลูกค้า และรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของการประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยใครขอเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ควรศึกษาการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมในเขตจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบหาข้อมูลของผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัด

2.2 ควรศึกษาวิจัย การปรับตัวของธุรกิจในการประกอบประเภทอื่น ๆ หรือในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมในแต่ละประเภทของกิจการ

2.3 ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้ในการพัฒนา และดำเนินกิจการของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อไป