

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการขยายตัวร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีต่อการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ผลกระทบที่ได้รับจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคมีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) จำนวน 385 ตัวอย่าง และผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ เชิงอนุมานใช้ t-test Anova ผลการวิจัย พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10 ปี -15 ปี จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกในการเปิดดำเนินการ 50,001-100,000 บาท แหล่งของเงินลงทุน มาจากของตนเองทั้งหมด ยอดขายเฉลี่ยต่อวัน 1,001-1,500 บาท และมีพนักงานจำนวน 1 คน ผลกระทบที่ได้รับจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกเทสโก้โลตัส เป็นระยะเวลา 3 ปี ทำให้ยอดขายลดลง ร้อยละ 60 ผลกำไรต่อเดือนลดลงร้อยละ 54.30 สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) มีการปรับตัวโดยนำสินค้าที่มีคุณภาพมาจำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท นำสินค้ารูปแบบใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มในร้านค้ามากขึ้น ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-25 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) โดยมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีความเหมาะสม ด้านราคา คือ ราคาไม่มาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย คือ ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ที่ทำงาน ที่โรงเรียน ที่มหาวิทยาลัย ด้านบริหารจัดการ คือ การจัดวางสินค้าเลือกหยิบง่าย และด้านบริการ คือ เวลาปิด-เปิดต่อการใช้งาน ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ ด้านบริหารจัดการ คือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น บาร์โค้ด ระบบทอนเงิน นอกจากนั้นผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ในด้านราคา คือ สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย คือ กว้างขวาง สะอาด เย็นสบาย สะดวกในการเข้าออก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และด้านบริการ คือ ใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้า

Abstract

This research studies the impact of the modern trade expansion on traditional trade and the opinion of consumers in Bangkok metropolitan areas toward modern trade. This research aims at studying the general information of traditional trade, opinion regarding the adaptation of traditional trade, and the general information of consumers as well as their attitude toward modern trade and traditional trade. Data collection instrument was the questionnaire asking 385 operators of the modern trade and 400 consumers. The data was analyzed using SPSS (Statistical Program for Social Science). Descriptive statistics are frequency, percentage, means, and the standard deviation; the inferential statistics are the t-test and Anova. The research results are as follows.

Regarding general information of traditional trade, most of them have operated for more than 10-15 years, with initial investment ranging from 50,001-100,000 baht. The source of investment came from the owner. The average sales per day were at 1,001-1,500 baht, and they had one employee. Most of them have been impacted by the modern trade, especially Tesco Lotus, for three years. This decreased the total sales by 60 percent and the monthly profit by 54.30 percent. In terms of their opinion toward adjustment of traditional trade, they adapted themselves by selling quality goods, arranging and sorting goods by type, introducing new goods by increasing availability in the stores. With regard to general information about consumers, most of respondents were females, aged 21-25 years old, having the bachelor's degree level of education, being high school or university students, had the monthly incomes below or the equivalent of 5,000 baht. Their opinion toward traditional trade was uncertain. They perceived that the products are suitable, the price has standard and are reasonable with quality. In terms of distribution, the locations were near the house, workplace, and school, university. About the management was placing of the goods to be accessed easily, and the service was the convenient closing and opening time. While the opinion toward modern trade, most of them agreed that the product has more variety, many brands to choose. In terms of management, the modern trade has applied modern technologies such as barcode system, cash returning. Moreover, consumers agreed upon the price as having clear price tags, the place as being spacious, clean, cool, and easily accessed. Meanwhile, regarding the promotion, the modern trade had advertised through various media and regarding the service, consumers can use credit cards during their purchase.