

การปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร

นางสาวเรวดี จักรเสน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา)
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2551
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ROLE ADJUSTMENT AND SURVIVAL FACTORS OF COMMUNITY GROCERIES
AGAINST SUPER STORES : A CASE OF SAKONNAKHON MUNICIPALITY

Miss Rewadee Chuckkasen

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Human and Social Development
(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วย
เมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเทศบาลเมือง
สกลนคร

โดย

นางสาวเรวดี จักรเสน

สาขาวิชา

พัฒนามนุษย์และสังคม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒน์ ชาติานิติ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ เปี่ยมสมบูรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. สุภางค์ จันทวานิช)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒน์ ชาติานิติ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิพรรณ ประจวบเหมาะ)

..... กรรมการ
(นางกนกพรรณ อยู่ชา)

กิตติกรรมประกาศ

ไม่มีสิ่งใดในโลกนี้จะสำเร็จลงได้หากไม่ได้ลงมือปฏิบัติ วิทยานิพนธ์เล่มนี้ก็เช่นเดียวกันที่สำเร็จลงได้เพราะทางผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติเองในทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ทางผู้วิจัยได้ประสบกับอุปสรรคมากมายทั้งที่มาจากการทำงานวิทยานิพนธ์ และอุปสรรคที่มาจากตัวของผู้วิจัยเอง ที่ผ่านเข้ามาในช่วงระยะเวลาของการทำงานครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ถึงความอดทน การอยู่กับสิ่งที่เป็นอย่างปัจจุบัน และตั้งใจทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสำเร็จไปไม่ได้หากขาดคณาจารย์ที่ให้ความรู้ และแนะแนวทางที่ดีทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร. สุภางค์ จันทวานิช ประธานสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. วิพรรณน ประจวบเหมาะ และอาจารย์กนกพรพรรณ อยู่ชวาคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ที่เขตเกล้าวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยให้เสร็จสมบูรณ์ และกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒน์ ชาติานิติ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่คอยดูแลเอาใจใส่ ชี้แนะแนวทาง และเปิดโลกทัศน์ของผู้วิจัยให้ทราบว่า ศาสตร์ทุกศาสตร์มีความสำคัญเท่าเทียมกัน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ไม่จำกัดอยู่เพียงศาสตร์ที่ทางผู้วิจัยได้ศึกษามาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ขอขอบพระคุณกำลังใจสำคัญจากบ้านจักรเสน อันประกอบด้วย คุณพ่อ คุณแม่ พี่แอ็บเปิ้ล พี่สอง และหลานเตีร์ด ที่เลี้ยงดูผู้วิจัยมาเป็นอย่างดี ด้วยความรัก ความอบอุ่น และความเข้าใจมาโดยตลอด ขอขอบคุณพี่ โอลีย์ และพี่อ้อฟ จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องแผนที่ ที่ทางผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณพี่เกมส์ พี่โอ พี่ฝน พี่พุดตุ้ม พี่โบตัน พี่อัพ และพี่เตี๊ด ที่คอยให้คำปรึกษาในช่วงที่ผู้วิจัยไม่สามารถคิดและเขียนเนื้อหาใดๆออกมาได้ ขอขอบคุณสมตี๊จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น และพี่ติว จากมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่จัดส่งข้อมูล และหนังสือดีๆมาให้ ขอขอบคุณ นิวิล์ ปอ ชมพู่ จิ นี้อต และตุ้ ที่คอยถามไถ่ และกระตุ้นให้ผู้วิจัยเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่เสมอ สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณตนเองที่มีวินัยในการทำงาน และอดทนต่อสภาวะกดดันต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์

เวรตี จักรเสน : การปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมี
 ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร. (ROLE ADJUSTMENT
 AND SURVIVAL FACTORS OF COMMUNITY GROCERIES AGAINST SUPER
 STORES : A CASE OF SAKONNAKHON MUNICIPALITY) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 หลัก : รศ. ดร. สุวัฒนา ธาดานิติ, 225หน้า.

การศึกษาเรื่องการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ :
 กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดย
 การศึกษาเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามจำนวน100ชุด จากกลุ่มลูกค้าร้านค้าโชห่วย การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การ
 สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากร้านค้าโชห่วยตามการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land use) 4
 ประเภท โดยแบ่งกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเจ้าของร้านค้าโชห่วย 5 คน และลูกค้าร้านค้า
 โชห่วย 15 คน รวมจำนวน20 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงบทบาทในอดีตและปัจจุบันของร้านค้าโชห่วย ศึกษา
 การปรับบทบาทของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้า ศึกษาปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วย และเพื่อเสนอแนะ
 แนวทางการพัฒนาร้านค้าโชห่วยเพื่อให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไป

ผลการศึกษาพบว่าบทบาทในอดีตของร้านค้าโชห่วยมีความสำคัญต่อชุมชนทั้งในด้านของเศรษฐกิจและ
 สังคม โดยบทบาททางด้านเศรษฐกิจที่ถือเป็นบทบาทหน้าที่หลักคือ เป็นสถานที่ในการซื้อขายสินค้าเพื่อการยังชีพของ
 ผู้คนในชุมชนก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในระบบ และในส่วนของบทบาทหน้าที่ทางด้านสังคมคือ เดิมร้านค้า
 โชห่วยจะเป็นศูนย์กลางของชุมชน ทั้งในด้านการเป็นสถานที่พบปะ เป็นแหล่งเกื้อกูล และให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน
 แต่ในปัจจุบันบทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยได้ลดบทบาทลงไปในด้านของเศรษฐกิจที่เดิมเคยเป็นศูนย์กลางทาง
 การค้าก็กลายเป็นสถานที่ขายสินค้ายามฉุกเฉินและสินค้าสะดวกซื้อเท่านั้น ส่วนระบบการซื้อขายแบบสินค้าค้ำยุด
 บทบาทลงไปพร้อมกับการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้า อย่างไรก็ตามการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าไม่ได้
 เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลให้ร้านค้าโชห่วยมีการเปลี่ยนแปลงบทบาท แต่ยังมีปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่
 ปัจจัยที่มาจากร้านค้าโชห่วยด้วยกันเอง และปัจจัยด้านอื่นๆเช่น กระแสโลกาภิวัตน์ งานด้านผังเมือง สภาวะเศรษฐกิจ
 และลักษณะทางธรรมชาติ ซึ่งจากปัจจัยทั้ง 4ด้านได้ส่งผลให้ร้านค้าโชห่วยเกิดการเปลี่ยนแปลง 5 ด้านด้วยกันคือ
 1)ด้านกายภาพ 2) ด้านสินค้า 3) การบริการ 4) ด้านเศรษฐกิจ และ 5) ด้านสังคม และจากการเปลี่ยนแปลงของร้าน 5
 ด้านเพื่อความอยู่รอดแล้วยังมีอีก 12 ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าโชห่วยอยู่รอดได้คือ 1) ร้านค้าโชห่วยมีการปรับตัวอยู่
 ตลอดเวลา 2) ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการจะต้องไม่ใช่ขนาดใหญ่ 3) สถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วย 4) ความเป็น
 กันเอง 5) ความรวดเร็วในการบริการ 6) ความแตกต่างด้านสินค้า 7) มีบริการสินค้าแบบแบ่งขาย 8) สินค้าตรงต่อความ
 ต้องการของลูกค้า 9) เจ้าของร้านมีอาชีพเสริม 10) การเปลี่ยนแปลงของเมืองไม่รวดเร็วนัก11) ความสัมพันธ์ระหว่าง
 ร้าน/ลูกค้าและชุมชน และ12)การใช้ชีวิตอย่างพอเพียงของเจ้าของร้านค้าโชห่วย จากองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผล
 ให้ร้านค้าโชห่วยคงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนได้ในสภาวะปัจจุบัน

สาขาวิชา.....พัฒนามนุษย์และสังคม..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 ปีการศึกษา.....2551..... ลายมือชื่อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

4889128320 : MAJOR HUMAN AND SOCIAL DEVELOPMENT

KEYWORDS: ROLE ADJUSTMENT/ SURVIVAL FACTORS/COMMUNITY GROCERIES

REWADEE CHUCKKASEN : ROLE ADJUSTMENT AND SURVIVAL FACTORS
OF COMMUNITY GROCERIES AGAINST SUPER STORES : A CASE OF
SAKONNAKHON MUNICIPALITY. ADVISOR: ASSOC.PROF.SUWATTANA
THADANITI, Ph.D., 225 pp.

This qualitative research was conducted along with the quantitative data collection. In terms of quantitative study, 100 questionnaires were given to community groceries while the qualitative data collection was done through observation with no participation and in-depth interviews with community grocery owners based on 4 types of land use. The subjects were divided into 2 groups: 5 community grocery owners and 15 customers of community groceries, totaling 20. The main purposes of this study were to investigate the past and the present roles of community groceries, the role adjustment of community groceries against super stores and the survival factors of community groceries. In addition, the study suggested ways to improve these groceries so that they can keep their role in the changing community.

It is found that, in the past, community groceries played important economic and social roles in the community. Their economic role was considered the more important in that they sold consumable goods for community members; as a result, there was a continuous flow of cash. As for their social role, they served as community centers – a meeting place and a place to provide support and aid for the community. However, at present, the opening of super stores undermines the groceries' economic role. They used to be a trading center but now they sell goods which are in immediate need and convenient goods. Their role in providing credit facilities has been lessened due to the establishment of super stores. The factors affecting a change in the groceries' roles resulted from not only the services provided by super stores but also those provided by modern convenient stores. Furthermore, the groceries themselves caused this change, including other factors such as globalization, city planning, economic conditions and natural features. The four factors above caused changes to the groceries in the following five aspects: 1) physical aspect, 2) goods, 3) services, 4) economy and 5) society. To survive, the groceries had to adopt other 12 factors. The factors included the fact that 1) the groceries had to constantly adjust themselves, 2) the stores nearby must not be big, 3) the groceries had to be located in a suitable area, 4) the groceries' owners had to be friendly, 5) the groceries had to provide speedy services, 6) the groceries offered different types of goods from those offered by super stores, 7) customers did not have to buy the whole pack of certain goods at the groceries, 8) the goods at the groceries had to meet customers' needs, 9) the groceries' owners had to have another occupation; as a result, the earnings from that occupation could supplement those from selling goods at the groceries, 10) the pace of city's changes had to be slow, 11) the relationship between the groceries/customers and the community had to be good and 12) the groceries' owners had to lead a self-sufficiency lifestyle. The aforementioned factors have helped the groceries maintain their roles in their community up to now.

Field of Study : Human and Social Development Student's Signature

Academic Year : 20008..... Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 คำถามวิจัย.....	4
1.4 สมมุติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ทฤษฎีย่านกลาง.....	11
2.1.1 ความหมายของย่านกลาง.....	11
2.1.2 บทบาทหน้าที่ของย่านกลาง.....	13
2.1.3 ลำดับศักระยะของร้านค้า.....	14
2.1.4 เขตอิทธิพลของร้านค้า.....	15
2.2 ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง.....	16
2.2.1 ความหมายของเมือง.....	16
2.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดเป็นเมือง.....	16
2.2.3 ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง.....	18
1. ทฤษฎีวงกลม.....	18

บทที่	หน้า
2. ทฤษฎีรูปปลี.....	20
3. ทฤษฎีหลายศูนย์กลาง.....	21
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของร้านค้าปลีก.....	25
2.3.1 ความหมายของร้านค้าปลีก.....	25
2.3.2 บทบาทหน้าที่ของร้านค้า.....	25
2.3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมกิจกรรมการค้า.....	28
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
3.1 พื้นที่และประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.1.1 พื้นที่ในการศึกษา.....	35
3.1.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	41
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 ความเป็นมาและการปรับบทบาทของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	52
4.1 พัฒนาการทางการค้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	52
4.2 ความเป็นมาของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	56
4.3 การบริหารงานของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	58
4.3.1 ลักษณะบริหารงานของร้านค้าโชห่วย.....	58
4.3.2 การบริหารจัดการด้านสินค้า.....	58
4.3.3 ด้านการบริการ.....	59
4.4 บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วย.....	60
4.4.1 บทบาทหน้าที่ของการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ.....	60
4.4.2 บทบาทในการเป็นศูนย์กลางทางด้านสังคม.....	61
4.5 สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	64

4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของลูกค้าและการซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วย.....	67
5 ผลกระทบของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	78
5.1 การเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วย 5 ร้านค้าที่เป็นตัวแทนของร้านค้าโชห่วยใน 4 พื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดิน.....	78
5.1.1 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ก.....	78
5.1.2 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ข.	89
5.1.3 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ค.	98
5.1.4 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ง.	108
5.1.5 การเปลี่ยนแปลงของร้าน จ.	114
5.2 ตารางแสดงสภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วย 5 ร้านค้า.....	125
5.3 ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	128
5.3.1 ปัจจัยที่มาจากห้างสรรพสินค้า.....	128
5.3.2 ปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น).....	132
5.3.3 ปัจจัยที่มาจากร้านโชห่วยประเภทเดียวกัน.....	136
5.3.4 ปัจจัยด้านอื่นๆ.....	137
5.4 การปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	141
5.5 ปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	147
6 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	156
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	156
6.1.1 พัฒนาการการค้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	157
6.1.2 ความเป็นมาของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	159
6.1.3 บทบาทหน้าที่ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของร้านค้าโชห่วย.....	160
6.1.4 การปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	161
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	163

บทที่	ญ หน้า
6.2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปเพื่อร้านค้าโชห่วย (เจ้าของร้านค้าโชห่วย).....	163
6.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อประชาชนทั่วไป (ลูกค้าร้านค้าโชห่วย).....	165
6.2.3 ข้อเสนอแนะเพื่อรับบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไข วางแผนและให้ความช่วยเหลือ.....	166
6.2.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป.....	167
รายการอ้างอิง.....	168
ภาคผนวก.....	173
ก. แบบสอบถามลูกค้าร้านค้าโชห่วย.....	174
ข. แบบสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วย.....	178
ค. แบบสัมภาษณ์ลูกค้าร้านค้าโชห่วย.....	179
ง. กรณีศึกษา.....	181
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	225

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การใช้ประโยชน์ที่ดินภายในเขตผังเมืองรวมเมืองสกลนคร.....	36
2	ความหนาแน่นของประชากรในเขตผังเมืองรวม จำแนกตามบริเวณ การใช้ประโยชน์ที่ดิน.....	38
3	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และความถี่ ในการใช้บริการต่อ 1 สัปดาห์ของลูกค้าร้านค้าโชห่วย.....	68
4	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้ออาหารแห้ง.....	68
5	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อสินค้าอุปโภค.....	69
6	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อเครื่องดื่ม.....	70
7	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อขนมขบเคี้ยว.....	70
8	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ.....	71
9	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และความถี่ในการใช้บริการต่อ 1 สัปดาห์ของลูกค้าร้านค้าโชห่วย.....	72
10	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้ออาหารแห้ง.....	73
11	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อสินค้าอุปโภค.....	74
12	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อเครื่องดื่ม.....	74
13	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อขนมขบเคี้ยว.....	75
14	ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อสินค้าอื่นๆ.....	76

ตารางที่		หน้า
15	ตารางแสดงสภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า.....	125

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ทฤษฎีย่านกลาง Central Place Theory.....	12
2	ทฤษฎีวงกลม (Concentric Zone Theory).....	19
3	ทฤษฎีรูปปลี (Sector Theory).....	20
4	ทฤษฎีหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory).....	22
5	เปรียบเทียบการใช้ที่ดินและการขยายตัวของเมืองตามทฤษฎีวงกลม(A), ทฤษฎีรูปปลี(B)และทฤษฎีหลายศูนย์กลาง(C).....	23
6	ที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบันของพื้นที่ศึกษา.....	45
7	ที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตของพื้นที่ศึกษา.....	46
8	ลักษณะโครงของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร.....	64
9	การจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้านค้าโชห่วย.....	66
10	การจัดวางสินค้าส่วนพื้นที่ภายในร้านค้าโชห่วย.....	67
11	ลักษณะโครงสร้างของร้าน ก.	80
12	สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ภายในร้าน ก.	81
13	สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน ก.	81
14	สินค้าประเภทโคงศพที่วางขายบริเวณพื้นที่ส่วนบ้านไม้.....	82
15	ลักษณะโครงสร้างของร้าน ข.	90
16	การจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าของร้าน ข.	91
17	สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ภายในและบริเวณ ด้านหน้าของร้าน ข.	91
18	เก้าอี้ที่ทางร้านมีไว้บริการลูกค้า.....	94
19	เครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญที่ตั้งไว้ให้บริการกับลูกค้า.....	95
20	ลักษณะโครงสร้างของร้าน ค.	99
21	แผงซ่อมนาฬิกาด้านหน้าร้าน ค.	100
22	การจัดวางสินค้าในตัวโชว์และการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้าน ค.	100
23	ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ฝั่งขาออกด้านหน้าร้าน ค.	101
24	การจัดวางสินค้าที่กินพื้นที่ออกมาถึงบาทวิถีด้านหน้าของร้าน ค.	102
25	ลักษณะโครงสร้างของร้าน ง.	109

ภาพที่		หน้า
26	ถนนสายสกจนคร-อุดรธานี ฝั่งขาเข้าด้านหน้าร้าน ง.	110
27	สินค้าบนตู้โชว์ภายในร้านและสินค้าที่วางอยู่บริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้าน ง.	111
28	ลักษณะโครงสร้างของร้าน จ.	115
29	บริเวณพื้นที่จอดรถของร้าน จ.	116
30	ถนนรัฐบำรุง (ถนนสายหลัก) ทางเข้าร้าน จ.	117
31	ถนนภายในชุมชนหน้าร้าน จ.	117
32	สินค้าประเภทอาหารที่วางขายภายในร้าน จ.	119

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อมนุษย์มีการตั้งถิ่นฐานที่อยู่รวมกันเป็นชุมชน ย่อมต้องการแหล่งกลางหรือศูนย์กลาง (Central Place) ไว้เพื่อให้บริการในการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวชุมชนด้วยกันทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นศูนย์กลางทางด้านศาสนา ศูนย์กลางในด้านของการปกครองและศูนย์กลางในด้านของการค้าขาย ซึ่งแต่ละศูนย์กลางนั้นก็ย่อมมีองค์ประกอบย่อยเชิงสังคม และเชิงกายภาพ ที่แตกต่างกันไป ด้านศาสนาก็จะมีวัดเป็นแหล่งศูนย์รวม ในด้านของการปกครองก็จะมีสถานที่ราชการต่างๆ กระจายหน้าที่กันออกไป และในส่วนของการค้านั้นก็จะมีตลาดและร้านค้าเป็นจุดศูนย์กลางตั้งแต่เมื่อครั้งอดีตจวบจนปัจจุบัน ศูนย์กลางในด้านการค้านั้นจะประกอบด้วยร้านค้าปลีกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีทำเลที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกันเพื่อให้ลูกค้าหรือสมาชิกในชุมชนได้เข้ามาใช้บริการได้โดยสะดวก จำนวนร้านค้าจะมากหรือน้อยนั้นล้วนขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้คนที่อาศัยอยู่ ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการรองรับความต้องการของชุมชนที่จะต้องมีการอุปโภคและบริโภคอยู่ตลอดเวลา ร้านค้าจะมีอยู่หลายขนาดตั้งแต่ขนาดใหญ่ที่เป็นห้างสรรพสินค้า จนถึงขนาดเล็กที่บริการในละแวกบ้าน

ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่เรียกกันว่าร้านค้า “โชห่วย” คำว่าร้านค้าโชห่วยนี้มาจากภาษาจีนแต้จิ๋ว เป็นคำประสมระหว่าง “โช” และ “ห่วย” โดยคำว่า “โช” ออกเสียงว่าโชว มีความหมายว่า หยาบ และคำว่า “ห่วย” มีความหมายว่า สินค้าหรือของเบ็ดเตล็ด¹ ดังนั้นเมื่อนำคำทั้งสองมารวมกันแล้วจึงมีความหมายว่า ร้านขายของเล็กๆน้อยๆ² โดยร้านค้าโชห่วยนี้จะเป็นแหล่งรวมข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นในแต่ละวันเริ่มต้นแต่ข้าวสารอาหารแห้ง กะปิ น้ำปลาได้เรียงไปจนถึงเครื่องมือเครื่องใช้ภายในครัวเรือนที่ ล้วนแต่มีความสำคัญในการดำรงชีวิตพื้นฐานด้วยกันทั้งสิ้น ทำให้ร้านค้าโชห่วยเหล่านี้มักจะเป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งเห็นได้จากการที่ร้านค้าโชห่วยจะเป็นแหล่งศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสารทั้งในของชุมชนเองและนอกชุมชน ที่มีการรวมกลุ่มสนทนากันของผู้คนที่มาใช้บริการด้วยกันเองที่ต่างก็มีข้อมูลข่าวสารที่พร้อมนำมาเสนอให้อีกฝ่ายได้รับรู้

¹ สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ศูนย์จีนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 5 กุมภาพันธ์ 2552.

² อธิวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, 60 ภูมิภาคอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พึ่งตน, 2545)

และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันของกลุ่มสนทนา อีกทั้งร้านค้าโชห่วยยังเป็นแหล่งเกื้อหนุน และรับใช้คนในชุมชน (Serving the community) โดยร้านค้าโชห่วยนั้นจะยินยอมให้มีสินเชื่อใน สินค้าขายปลีกสำหรับคนในชุมชนที่ไม่สะดวกในการชำระเงินด้วยเงินสด ทำให้ผู้ซื้อไม่เสียโอกาส ในการใช้สินค้า³ ทั้งนี้การให้สินเชื่อนั้นจะมาจากอาศัยความรู้จักไว้เนื้อเชื่อใจกันเพราะลูกค้าและ เจ้าของร้านค้าโชห่วยต่างก็รู้จักสนิทสนมกันดี เห็นได้ว่าร้านค้าโชห่วยมีบทบาทที่สำคัญต่อชุมชน ไม่ว่าจะ เป็นในด้านของการเกื้อหนุนชุมชนในด้านสินค้าที่ใช้ในการดำรงชีวิตของผู้คนและเป็นศูนย์ รวมข้อมูลของชุมชนอีกต่อหนึ่ง

วิวัฒนาการทางการค้าไม่สามารถหลีกเลี่ยงกระแสโลกาภิวัตน์ในระบบเศรษฐกิจของโลก และวัฒนธรรมตะวันตกได้ ในขณะที่ผู้คนต้องการความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยใน สินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่แพงเกินไป ดังนั้นรูปแบบการค้าสมัยใหม่เช่น ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้น เริ่มแรก ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อจะเปิดให้บริการที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่ถือเป็น ศูนย์กลางรองก่อนจะขยายสาขาออกสู่เมืองเล็กๆในแต่ละภูมิภาค เพราะต่างก็ต้องการพื้นที่เพื่อ ขยายฐานการค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศให้มากที่สุดทำให้ในปัจจุบันจึงเกิดการแข่งขันทางการค้า ที่มีความรุนแรงมากขึ้น

เทศบาลเมืองสกลนคร เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเขตอำเภอเมือง จังหวัด สกลนคร ในทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นเมืองที่มีลักษณะของการ ผสมผสานวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมและชุมชนเมืองที่พัฒนาใหม่ มีฐานการขยายตัวทางเศรษฐกิจใน การพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของเมืองในระดับสูง โดยกิจกรรมส่วนใหญ่ในด้านการส่งเสริม ความก้าวหน้าของเมืองนั้นจะเป็นกิจกรรมทางด้านการค้าที่มีการขยายตัวกันอย่างต่อเนื่องเพราะ มีอัตราของการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 1.6 ต่อปี⁴ เห็นได้จากเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2547 จังหวัดสกลนครได้มีห้างสรรพสินค้าแห่งแรกของจังหวัดเปิดตัวขึ้น ภายใต้ชื่อห้างแมคโคร และ หลังจากนั้นอีกไม่นานก็ได้เกิดห้างสรรพสินค้าตามมาอีก 2 แห่งได้แก่เทสโก้-โลตัส และห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ตามลำดับ⁵ ห้างสรรพสินค้าทั้ง 3 แห่งที่มีขนาดใหญ่ ให้บริการสินค้าทุกประเภท

³ สุมนา อยู่โพธิ์, การค้าปลีก.(กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ชวนพิมพ์, 2538),หน้า187.

⁴ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวม เมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

⁵ สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่กองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร, 29 กรกฎาคม 2549.

ตั้งแต่สินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันซึ่งมีขายปกติที่ร้านค้าโชห่วยไปจนถึงสิ่งของฟุ่มเฟือยราคาแพง ดังนั้นจึงทำให้ผู้คนหันไปใช้บริการของห้างสรรพสินค้าเหล่านี้มากกว่าร้านค้าโชห่วยที่มีมาแต่ครั้งอดีต เพราะเห็นว่ามีความแปลกใหม่และทันสมัย อีกทั้งมีสินค้าให้เลือกมากกว่าร้านค้าโชห่วยละแวกบ้าน และที่สำคัญห้างสรรพสินค้าต่างๆก็ล้วนแต่ตั้งอยู่ในแหล่งที่สามารถเดินทางเข้าไปใช้บริการได้ง่ายและตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง ซึ่งถือเป็นย่านธุรกิจการค้าใจกลางเมืองของจังหวัด (Central Business District เขต CBD หรือ Downtown) อันเป็นศูนย์กลางเมืองในด้านการค้า การสังคม และการคมนาคม⁶ จากการศึกษาที่มีการก่อตั้งห้างสรรพสินค้า ได้ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยในลักษณะต่างๆกัน บางร้านเลิกดำเนินกิจการ แต่บางร้านยังคงอยู่ ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของการอยู่ร่วมในชุมชนไปร้านค้าโชห่วยที่ถือเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นประจำชุมชนที่ค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าของสังคมในบริบทของการค้า

ดังนั้นผู้ทำการศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่องของบทบาทของร้านค้าโชห่วยว่าร้านค้าโชห่วยมีบทบาทในชุมชนมากน้อยเพียงใดตั้งแต่อดีตก่อนจะมีการก่อตั้งห้างสรรพสินค้า และหลังจากการก่อตั้งห้างสรรพสินค้าแล้วนั้นร้านค้าโชห่วยมีบทบาทต่อชุมชนอย่างไร ทั้งนี้ก็เพื่อทราบว่าร้านค้าโชห่วยว่ามีบทบาทน้อยลงหรือมากขึ้นจากอดีตเพราะว่าร้านค้าโชห่วยเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่อยู่คู่กับชุมชนมาช้านานเป็นส่วนหนึ่งในการเกื้อหนุนคนในชุมชน โดยการศึกษาในครั้งนี้เลือกที่จะทำการศึกษาร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสกลนครก็เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งของจังหวัดและเป็นพื้นที่ที่คาดว่าจะมีการมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของร้านค้าโชห่วยที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด และเพื่อเป็นการแสวงหาแนวทางในการฟื้นฟูร้านค้าโชห่วยให้กลับมามีความสำคัญในการเป็นองค์กรในชุมชนด้านธุรกิจการค้าที่เกื้อหนุนชุมชนอีกต่อไป

⁶ ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, ภูมิศาสตร์เมือง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2529),

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงบทบาทในอดีตและปัจจุบันของร้านค้าโชห่วยท้องถิ่นที่มีต่อชุมชนในเขตเมือง สกลนคร
2. ศึกษาการปรับบทบาทของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตเมือง
3. ศึกษาปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยในชุมชนเมืองสกลนคร
4. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาร้านค้าโชห่วยเพื่อให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไป

1.3 คำถามวิจัย

บทบาทของร้านค้าโชห่วยท้องถิ่นเขตเมืองสกลนครในปัจจุบันเป็นเช่นไรแตกต่างจากในอดีตหรือไม่อย่างไร ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนที่เป็นลูกค้าและร้านค้าโชห่วยในชุมชนเมือง สกลนครเป็นอย่างไร ร้านค้าโชห่วยจะคงอยู่รอดได้อย่างไรในชุมชนในสถานการณ์การแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1.4.1 **สมมุติฐานหลัก** ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยที่มีเพศ และกลุ่มอายุที่แตกต่างกันน่าจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แตกต่างกันไป

1.4.2 สมมุติฐานรอง

1. กลุ่มลูกค้า เพศหญิง น่าจะมีสัดส่วนของการใช้บริการร้านค้าโชห่วยสูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย
2. กลุ่มลูกค้าเพศชาย น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งสูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิง
3. กลุ่มลูกค้าเพศชาย น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคสูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิง
4. กลุ่มลูกค้าเพศหญิง น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางสูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย

5. กลุ่มลูกค้าเพศหญิง น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวสูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย
6. กลุ่มลูกค้าเพศชาย น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิง
7. กลุ่มลูกค้า ที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการใช้บริการร้านค้าโชห่วย สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า
8. กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้ง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า
9. กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า
10. กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า
11. กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อขนมขบเคี้ยว สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า
12. กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีสัดส่วนของการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ ที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วย สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา

พื้นที่ในการทำการศึกษาคือ พื้นที่เขตเทศบาลเมืองสกลนคร อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ซึ่งมีพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่ 54.54 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ที่เส้นรุ้ง 16 องศา 45 ลิปดา ถึง 18 องศา 00 ลิปดา เหนือและเส้นแวงที่ 103 องศา 15 ลิปดา ตะวันออก ห่างจาก กรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ประมาณ 647 กิโลเมตร⁷ การแบ่งพื้นที่ในการศึกษานั้นผู้วิจัยได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 เขตพื้นที่ ตามแผนที่ประโยชน์การใช้ที่ดินในปัจจุบัน และแผนผังการใช้ที่ดินในอนาคตจากสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร ดังต่อไปนี้

⁷ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

1. ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
 2. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง
 3. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย
- โดยเขตพื้นที่ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย นี้ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในส่วนของพื้นที่ในเขตตำบลธาตุเชิงชุม และเขตตำบลนาเวง อย่างละ 1 แห่ง
4. ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม

1.5.2 ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษา

1. ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองจังหวัดสกลนครในด้านของ ลักษณะทางกายภาพ สินค้า การบริการ เศรษฐกิจ และด้านสังคม ของร้านค้าโชห่วยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. ศึกษาถึงบทบาทของร้านค้าโชห่วยว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นไรเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตเมืองสกลนคร
3. ศึกษาถึงการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยว่ามีการปรับตัวอย่างไร ที่ทำให้ร้านค้าโชห่วยยังคงเปิดให้บริการกับชุมชนได้มาจนถึงปัจจุบัน
4. ศึกษาถึงผลกระทบเชิงบวกและลบ ที่ร้านค้าโชห่วยได้รับเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการและจากปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วย
5. ศึกษาปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยในชุมชนเมืองสกลนครว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่ได้
6. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าโชห่วยที่มีต่อชุมชน
7. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาร้านค้าโชห่วยให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป

1.5.3 ขอบเขตของเวลาในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาในการดำเนินการในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ระยะเวลาคือ

ระยะที่1 การเก็บข้อมูลเชิงเอกสาร เป็นการเก็บข้อมูลเชิงเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่การศึกษา ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

ระยะที่2 การทดสอบแบบสอบถาม เป็นการทดลองเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับลูกค้าร้านค้าโชห่วยก่อนการใช้อย่างจริงจัง ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

ระยะที่3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ซึ่งรวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ร้านค้าโชห่วย หมายถึง ร้านขายสินค้าที่มีทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภคเหมือนกับห้างสรรพสินค้า แต่มีสินค้าจำนวนน้อยกว่า และบางร้านยังมีสินค้าที่ทางผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยทำขึ้นเองและนำมาวางขายร่วมกับสินค้าอื่นภายในร้าน ลักษณะโครงสร้างของร้านจะมี 2 แบบคือ แบบบ้านไม้ และแบบอาคารพาณิชย์ขนาด 1-2 คูหา มีการดำเนินกิจการโดยเจ้าของร้านเพียงคนเดียวและมีคนในครอบครัวเช่น สามี ภรรยา หรือบุตรช่วยเหลือ หรือจะมีการจ้างลูกจ้างภายในร้านบ้างก็จะมีจ้างไม่เกิน 2 คน และจะเปิดให้บริการตั้งแต่เช้าตรู่ไปจนถึงช่วงหัวค่ำของทุกวัน

ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น

ร้านค้าประเภทสะสมอาหาร หมายถึง ร้านขายสินค้าทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร ที่ทางกองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมือง

สกจนครให้เสียภาษีภายใต้ชื่อร้านค้าประเภทสะสมอาหาร และในปัจจุบันมีร้านค้าประเภทนี้ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกจนครทั้งหมด 106 ร้าน⁸

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของร้านค้าโชห่วย

ลูกค้า หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกจนครที่ซื้อสินค้าและรับบริการจากร้านค้าโชห่วยร้านใดร้านหนึ่งที่ทำกรคัดเลือกเพื่อทำการศึกษา

เขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดิน หมายถึง บริเวณที่มีการกำหนดเขตการใช้ที่ดินตามแผนผังประโยชน์การใช้ที่ดินในอนาคตที่ทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกจนครได้กำหนดไว้ 13 ประเภท⁹ ดังต่อไปนี้

1. ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัย ใช้สีเหลืองเส้นทแยงขาวแทนในแผนผัง
2. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ใช้สีเหลืองแทนในแผนผัง
3. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ใช้สีส้มแทนในแผนผัง
4. ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ใช้สีแดงแทนในแผนผัง
5. ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมเฉพาะกิจ ใช้สีม่วงอ่อนแทนในแผนผัง
6. ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ใช้สีเขียวแทนในแผนผัง
7. ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ใช้สีเขียวมีกรอบเส้นทแยงสีเขียวแทนในแผนผัง
8. ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ใช้สีน้ำตาลอ่อนแทนในแผนผัง
9. ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อนันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ใช้สีเขียวอ่อนแทนในแผนผัง
10. ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ใช้สีฟ้าแทนในแผนผัง
11. ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา ใช้สีเขียวมะกอกแทนในแผนผัง
12. ที่ดินประเภทสถาบันศาสนา ใช้สีเทาแทนในแผนผัง

⁸ สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่กองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมืองสกจนคร, 29 กรกฎาคม 2550.

⁹ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกจนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกจนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

13. ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ใช้สีน้ำเงินแทน
ในแผนผัง

เขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก หมายถึง บริเวณที่มีการใช้ที่ดินที่มีความสำคัญของเมืองเพราะเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจตามแผนผังของจังหวัดสกลนครกำหนดให้เป็นเขตชุมชนแนวกำแพง-คูเมือง มีการปลูกสร้างบ้านเรือนค่อนข้างหนาแน่น¹⁰ ที่ทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนครกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่สีแดงตามแผนผังประโยชน์การใช้ที่ดินในอนาคต

เขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง หมายถึง บริเวณเขตที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยที่มีการขยายออกจากชุมชนเมืองเดิม¹¹ ที่ทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนครกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่สีส้มตามแผนผังประโยชน์การใช้ที่ดินในอนาคต

เขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย หมายถึง บริเวณรอบนอกของชุมชนที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางที่ในปัจจุบันถือเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวมากที่สุดเขตผังเมืองรวม¹² มีพื้นที่ครอบคลุม 2 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลธาตุเชิงชุมบางส่วน และตำบลธาตุนาเวง ที่ทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนครกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่สีเหลืองตามแผนผังประโยชน์การใช้ที่ดินในอนาคต

เขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม หมายถึง บริเวณรอบนอกสุดของผังเมืองรวมและมีขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุดในประโยชน์การใช้ที่ดินจากทั้งหมด 13 เขตประโยชน์การใช้ที่ดิน¹³ และทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนครกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่สีเขียวตามแผนผังประโยชน์การใช้ที่ดินในอนาคต

¹⁰ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

¹¹ เรื่องเดียวกัน

¹² เรื่องเดียวกัน

¹³ เรื่องเดียวกัน

ห้างสรรพสินค้า หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ตั้งในเขตเมือง¹⁴ เป็นร้านค้าที่ขายสินค้ามากมายหลากหลายโดยเป็นสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภค มีขนาดของพื้นที่ร้านตั้งแต่ 200 ตารางเมตรขึ้นไป¹⁵ และมีเวลาให้บริการเปิดและปิดการให้บริการเป็นเวลา อันได้แก่ ห้างสยามแมคโคร ห้างเทสโก้-โลตัส และห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซนเตอร์ ในเขตจังหวัดสกลนคร

ร้านค้าปลีก หมายถึง สถานที่จำหน่ายสินค้าขั้นสุดท้ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้สินค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ในร้านค้าปลีกจะเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค และเป็นร้านค้าที่ถือเป็นจุดศูนย์กลางของคนในชุมชนที่อยู่ในละแวก (Neighborhood)

เขตเมืองรวม หมายถึง พื้นที่ที่ถูกกำหนดให้อยู่ภายในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสกลนครตามกฎหมายผังเมือง โดยมีพื้นที่ทั้งหมดรวม 54.54 ตารางกิโลเมตร¹⁶

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงบทบาทในอดีตและปัจจุบันของร้านค้าโชห่วยท้องถิ่นที่มีต่อชุมชนในเขตเมืองสกลนคร
2. ทราบถึงการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เกิดขึ้นในเขตเมือง
3. เพื่อทราบถึงปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยในชุมชนเมืองสกลนคร
4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำไปเสนอแนะแนวทางการพัฒนาร้านค้าโชห่วยเพื่อให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไป

¹⁴ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ และ สุณีย์ เลิศแสวงกิจ, การดำเนินงานร้านค้าปลีก, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิงอัศจรรย์, 2538), หน้า14.

¹⁵ เจ้าหน้าที่กองงานสาธารณสุข, สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร, สัมภาษณ์ 29 กรกฎาคม 2550.

¹⁶ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, "การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),"2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร มีทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องในการทำการศึกษาค้างนี้ ประกอบด้วย ทฤษฎีย่านกลาง ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง และแนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของร้านค้าปลีก รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีย่านกลาง Central Place Theory

2.1.1 ความหมายของย่านกลาง Central Place

นำพวลย์ กิจรักษ์กุล (2528) กล่าวว่า ความหมายของ Central Place หรือย่านกลาง หมายถึง บริเวณที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบริการสินค้าต่างๆ ต่อประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณรอบนอก Central Place Theory เป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับลำดับความสำคัญ และทำเลที่ตั้งของการตั้งถิ่นฐาน โดยยึดหลักเกี่ยวกับ จำนวน ขนาด หน้าที่ และช่วงระยะห่างของแต่ละย่านกลาง

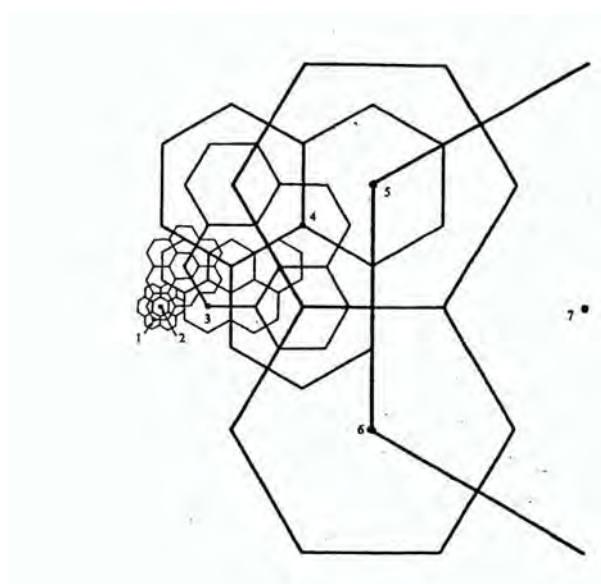
เลสลีย์ เจ คิง (อ้างถึงใน บงกชรัตน์ เตชะไตรศักดิ์, 2532)¹ กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของย่านกลาง ว่า บทบาทหน้าที่ของย่านกลาง คือ กิจกรรมใดๆ ที่กระทำกันในแต่ละชุมชนเมือง ซึ่งอย่างน้อยได้รับการสนับสนุนบางส่วนจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทรอบแหล่งชุมชนเมืองนั้น

สมชาย เตชะพรหมพันธุ์ (2529) กล่าวถึง Central place ประกอบไปด้วยกลุ่มของสินค้าและบริการต่างๆ มาอยู่รวมกันอยู่ในตำแหน่ง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และเป็นตำแหน่งที่ให้ผลกำไรแก่กิจกรรมนั้นๆ ได้ดีที่สุด โดยที่สินค้าและบริการเหล่านั้นจะบริการแก่ประชาชนใน

¹ เลสลีย์ เจ คิง, ทฤษฎีย่านกลาง, แปลโดย บงกชรัตน์ เตชะไตรศักดิ์ (กรุงเทพมหานคร: กิ่งจันทร์การพิมพ์, 2532), หน้า 16.

ตัวเมืองเอง และแก่ประชากรโดยรอบตัวเมือง ซึ่งอยู่ในเขตอิทธิพลของเมืองซึ่งอยู่ในเขตอิทธิพลของเมือง นอกจากนั้นย่านกลางยังมีลักษณะต่างๆ ต่อไปนี้

ย่านกลางที่มีขนาดใหญ่ (เมืองขนาดใหญ่) จะมีพื้นที่บริเวณบริการ หรือเขตอิทธิพล หรือบริเวณตลาด (Service area or Market area) กว้างไกลกว่าย่านกลางขนาดเล็กสินค้าและบริการต่างๆ ที่มีอยู่ย่านกลาง (เมือง) นั้น ถ้าเป็นสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง (Higher order goods) จะมีอยู่เฉพาะในย่านกลางขนาดใหญ่ที่มีประชากรมากๆ เท่านั้น แต่สินค้าที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีพพื้นฐานของประชากร (Lower order goods) เช่นร้านขายของชำ และจะพบได้ตั้งแต่ย่านกลางขนาดเล็กที่มีจำนวนประชากรน้อยไปจนถึงย่านกลางขนาดใหญ่ที่มีประชากรมาก



รูปที่1 ทฤษฎีย่านกลาง Central Place Theory²

ดังนั้นย่านกลาง Central Place จึงเปรียบได้เป็นร้านค้าหนึ่งร้านค้า กล่าวคือ หากร้านค้ามีขนาดใหญ่ ก็จะเป็นย่านกลางที่มีสินค้ามากมาย หลากหลายชนิด แต่ในทางตรงข้ามกัน หากแหล่งกลางใดที่มีขนาดเล็ก ก็จะทำให้มีสินค้า และบริการลดน้อยลงตามไปด้วย เช่น แหล่งกลางขนาดใหญ่จะขายสินค้าตั้งแต่สินค้าเล็กๆ น้อยๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันไปจนถึงสินค้าฟุ่มเฟือยราคาแพง (สินค้าที่เกินความจำเป็นในการดำเนินชีวิต) แต่หากเป็นร้านค้าขนาดเล็กนั้น จะมีสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเพียงไม่กี่ประเภท และร้านค้าขนาดเล็กเหล่านี้ก็มักจะมีอยู่เป็น

² ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, ภูมิศาสตร์เมือง,(กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2529), หน้า42.

จำนวนมากกระจายอยู่ตามชุมชนต่างๆ ซึ่งย่านกลางแต่ละย่านจะมีขนาดไม่เท่ากัน กล่าวคือ ย่านกลางขนาดเล็กก็ย่อมมีเขตที่ให้บริการที่เล็กกว่าย่านกลางที่มีขนาดใหญ่เพราะย่านกลางขนาดเล็กจะต้องการลูกค้าที่อยู่ในละแวกของร้านค้าเพียงกลุ่มเล็กๆ แต่หากย่านกลางที่มีขนาดใหญ่นั้นก็จะมีพื้นที่ๆ ให้บริการกว้างขึ้นซึ่งทั้งนี้จะครอบคลุมถึงลูกค้าของย่านกลางขนาดเล็กด้วย และย่านกลางนี้ก็ได้ส่งผลต่อไปยังผู้บริโภคในแง่ของการเข้าไปใช้บริการต่อร้านค้า นั่นคือหากผู้บริโภคต้องการสินค้าเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างเร่งด่วนหรือมีความต้องการแบบฉุกเฉินต่อสินค้าในลำดับต่ำ หรือสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคก็มักจะเดินทางมาซื้อสินค้าหรือแหล่งกลางที่ใกล้ที่สุด ทั้งนี้เพราะถือว่าเป็นการประหยัดเวลา ระยะเวลา และค่าเดินทาง แต่หากในทางกลับกันหากผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าที่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยเกินกำลังของร้านค้าที่เป็นแหล่งกลางขนาดเล็กมีจำหน่ายผู้บริโภคก็จะเดินทางให้ไกลขึ้นเพื่อซื้อสินค้าเหล่านั้น

2.1.2 บทบาทหน้าที่ของย่านกลาง

เสน่ห์ ญาณสาร (2539) กล่าวว่า บทบาทหน้าที่กลาง (Central functions) หมายถึง กิจกรรมการค้าปลีก หรือบริการที่พบในแหล่งกลาง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับเทคโนโลยี และสถานะทางพฤติกรรมในขณะนั้น

แหล่งกลางระดับสูง หรือที่มีขนาดใหญ่จะมีหน้าที่หรือกิจกรรมมากกว่าแหล่งกลางขนาดเล็ก (ระดับต่ำ) เช่น นครจะมีบทบาทหน้าที่กิจกรรมการค้า และบริการมากกว่าเมืองและหมู่บ้าน

ประเภทหรือลำดับของสินค้าและบริการในแหล่งกลางมี 3 ประเภทคือ

1. สินค้าอันดับต่ำ (Lower-order goods) เป็นสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน (Necessity goods) เป็นสินค้านำราคาต่ำ และเป็นประเภทที่มีผู้ซื้อประจำ สม่ำเสมอ และบ่อยๆ เช่นของชำต่างๆ
2. สินค้าอันดับกลาง (Medium-order goods) เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นรองลงไป ราคาปานกลาง เป็นสินค้าประเภทที่มีการซื้อขายไม่บ่อยครั้งนัก เช่น อาจซื้อปลาห่อละครั้ง หรือเดือนละครั้ง เช่น เสื้อผ้า รองเท้า หนังสือ เป็นต้น
3. สินค้าลำดับสูง (Higher-order goods) เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นจำนวนน้อยมาก เป็นสินค้าที่มีราคาสูง มีการซื้อขายน้อยครั้งมากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury goods) เช่น แหวนเพชร รถยนต์ราคาแพง เป็นต้น

2.1.3 ลำดับศักระยะของร้านค้า (Hierarchies of shopping center)

เสน่ห์ ญาณสาร (2539) ได้ทำการจำแนกร้านค้าต่างๆ นั้นจะมีการพิจารณา ลำดับศักระยะของร้านค้าจากประเภท และขนาดของร้านค้า ดังนี้

1. ร้านค้าตามหัวมุมถนน (Convenience shopping center) เป็นร้านค้าลำดับต่ำสุดที่ขายสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่นร้านขายของชำ ซึ่งร้านค้าประเภทนี้เป็นร้านค้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าในละแวกที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้ๆ

2. ร้านค้าในละแวก (Neighborhood shopping center) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าในลำดับต่ำที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันเช่นกันกับร้านค้าตามหัวมุมถนน แต่จะมีสินค้าและบริการมากขึ้น และมีขอบเขตการให้บริการกว้าง เพราะมีพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่กว่าร้านค้าตามหัวมุมถนน

3. ร้านค้าท้องถิ่น (Community shopping center) ร้านค้าประเภทนี้จะมีความใหญ่ขึ้นกว่าร้านค้า 2 ประเภทแรกทั้งในด้านของตลาดและจำนวนของร้านค้า สินค้าที่ขายก็จะเป็นสินค้าที่มีลำดับสูงมากขึ้น และประเภทของร้านค้าเหล่านี้จะเป็นร้านค้าประเภทศูนย์การค้าของชุมชนเมือง เช่นห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก เป็นต้น

4. ร้านค้าภูมิภาค (Regional shopping center) เป็นร้านค้าที่มีลักษณะเป็นศูนย์การค้า และมีสินค้าที่จัดจำหน่ายมากมายหลายชนิด โดยร้านค้าเหล่านี้จะมีร้านค้าหลายๆร้าน เช่นมีร้านรองเท้า ร้านขายเสื้อผ้า อีกทั้งร้านค้าเหล่านี้จะขายสินค้าที่เหมือนกัน และเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าในลำดับสูง และมีขอบเขตของสินค้า และการให้บริการที่กว้าง

5. ร้านค้าภูมิภาคขนาดใหญ่ (Super regional shopping center) เป็นศูนย์การค้าที่มีสินค้าขายมากมายหลายชนิดภายในศูนย์การค้าจะประกอบด้วยกิจกรรมการค้า และบริการหลายประเภท ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นลูกค้าในละแวกเท่านั้น แต่อาจจะมาจากพื้นที่อื่นๆ ที่ไกลออกไป ซึ่งร้านค้าภูมิภาคขนาดใหญ่ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ซื้อของเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นเหมือนสถานที่พักผ่อนหย่อนใจด้วย

6. เขตธุรกิจการค้าใจกลางเมือง (Central Business District :CBD) เป็นย่านธุรกิจการค้าในชุมชนเมืองที่มีการรวมของธุรกิจการค้า บริการต่างๆที่สำคัญของเมือง และมีขนาดของขอบเขตตลาดที่ใหญ่ที่สุด ครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้างกว่าขอบเขตของร้านค้าทุกประเภท

2.1.4 เขตอิทธิพลของร้านค้า (Trade area)

เสนห์ ญาณสาร (2539) ได้ให้ความหมาย และขอบเขตอิทธิพลของร้านค้าว่าขอบเขตในการให้บริการ ซึ่งขอบเขตของร้านค้าแต่ละร้านจะมีขนาดแตกต่างกันไป และไม่ซ้อนทับกันเลยทีเดียว ซึ่งขอบเขตของร้านค้าจะแตกต่างกันไปตามขนาดของพื้นที่ ซึ่งหากเป็นพื้นที่เล็กก็จะมีขนาดของเขตอิทธิพลที่แคบ แต่หากเป็นเขตอิทธิพลขนาดใหญ่ก็จะมีขนาดของอิทธิพลของร้านค้าใหญ่ และซับซ้อนตามไปด้วยโดยเขตอิทธิพลของร้านค้าจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตภายนอกในอุดมคติสินค้า (Ideal outer range of the goods)

หมายถึง ระยะทางหรือขอบเขตที่ไกลที่สุดที่ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการ ซึ่งถ้าหากสินค้าเหล่านั้นอยู่นอกขอบเขตนี้ก็ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อสินค้าประเภทนั้น

2. ขอบเขตภายนอกจริงๆ ของสินค้า (Real outer range of the goods)

หมายถึง ขอบเขตหรือระยะทางจริงๆ ที่ผู้บริโภคจะเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการซึ่งขอบเขตภายนอกจริงๆ ของสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการแข่งขันระหว่างแหล่งกลางเพื่อดึงดูดลูกค้า

3. ขอบเขตภายใน (Inner range or threshold range) หมายถึงขอบเขต

การค้า หรือระยะทางจากแหล่งกลางที่ครอบคลุมเขตการค้ารอบศูนย์กลางนั้น ซึ่งภายในขอบเขตนั้นมีจำนวนผู้ซื้อสินค้า หรือบริการมากพอที่จะให้บริการนั้นจะดำรงตนอยู่ได้โดยไม่ขาดทุน และหากว่าขอบเขตภายนอกจริงๆ ของสินค้า เท่ากับหรือมากกว่าขอบเขตภายในแล้วธุรกิจนั้นจะดำเนินการได้ เพราะอย่างน้อยที่สุดก็ไม่ขาดทุน แต่หากว่าขอบเขตภายนอกจริงๆ น้อยกว่าขอบเขตภายในแล้ว ธุรกิจหรือการค้าเหล่านั้นก็จะขาดทุน และเลิกดำเนินการได้ในที่สุด

2.2 ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง (Theories of Urban Growth)

2.2.1 ความหมายของเมือง

สุวัฒนา ธาดานิติ (2549) ได้ให้ความหมายของคำว่า เมือง ไว้ว่า เมือง (Urban Area) คือ บริเวณที่มีประชากรตั้งถิ่นฐานรวมกันอยู่หนาแน่นเป็นชุมชน (Community) และประชากรส่วนใหญ่มิได้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม หากแต่ประกอบอาชีพในการทำอุตสาหกรรม หรือให้บริการ เช่นทำงานในโรงงาน เป็นพ่อค้า ข้าราชการ ครู แพทย์ หนายความ เป็นต้น อาชีพดังกล่าวนี้ทำให้คนต้องมาอยู่รวมกันในบริเวณศูนย์กลางหนึ่ง เพื่อสะดวกแก่การติดต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ จึงทำให้มีสิ่งก่อสร้าง เช่น โรงงานอุตสาหกรรม อาคารบ้านเรือน สถานที่ทำงาน โรงเรียน ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้ชิดและแออัด มีถนนหนทางติดต่อกันทั้งภายในเมืองและระหว่างเมืองอื่น จึงเกิดลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างไปจากชนบท

เสน่ห์ ญาณสาร (2539) กล่าวว่า นคร หรือชุมชนเมือง หมายถึง บริเวณที่มีคนมารวมกลุ่มอาศัยอยู่ด้วยกันอย่างหนาแน่นกว่าพื้นที่ที่อยู่โดยรอบ โดยมีวิธีการดำรงชีวิตผิดแผกแตกต่างจากชนบทนั่นคือประชากรส่วนใหญ่ของนคร หรือชุมชนเมือง ประกอบอาชีพทางการค้า การบริการ กิจการสำนักงาน และการอุตสาหกรรม นครเป็นชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะในรูปแบบของการจ้างงาน และการจัดการองค์การ นอกจากนั้นนครยังมีรูปแบบที่ใช้ที่ดินเฉพาะเจาะจงแยกเป็นสัดส่วน ตลอดจนมีสถาบันทางสังคม เศรษฐกิจมากมายหลายชนิดที่เชื่อมโยงกับเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และทรัพยากรของนคร

2.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดเป็นเมือง

กฤษ เพิ่มทันจิตต์ (2536) ในกระบวนการเกิดเป็นเมือง (Urbanization) โดยทั่วไปนั้นปัจจัยที่สำคัญซึ่งจะเข้ามามีบทบาท ได้แก่ ประชากร (Population) การจัดระเบียบ (Organization) สภาพแวดล้อม (Environment) และเทคโนโลยี (Technology) หรือที่รู้จักกันในชื่อ POTE ปัจจัยทั้ง 4 ประการนี้ ทำให้เกิดเมืองได้ โดยมีกระบวนการดังนี้คือ เมื่อประชากรมีขนาดใหญ่ขึ้น เกิดการจัดระเบียบสังคมเพื่อการอยู่รวมกันมากขึ้น ตลอดจนมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น จนมนุษย์สามารถจัดการและควบคุมสภาวะแวดล้อมได้ในระยะหนึ่ง ก็จะเป็นผลให้เกิดชุมชนแห่งการอยู่ร่วมกัน

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่มีปัจจัยต่อผลทางการเกิดเมืองที่สำคัญ เช่น ด้านภูมิศาสตร์ กายภาพการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจและสังคม และเทคโนโลยีตามที่ได้กล่าวแล้ว โดยมีสภาพของความจำเป็น และเหตุผลดังนั้นคือ

1. ภูมิศาสตร์กายภาพ โอกาสที่มนุษย์สามารถอยู่ด้วยกันเป็นจำนวนมากขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของดิน น้ำ อากาศ การคมนาคม และอื่นๆ ชุมชนของเมืองต้องการมีความสามารถในการขนส่ง และการจัดหาปัจจัยพื้นฐานเพื่อการยังชีพในชีวิตประจำวันของประชากร

2. เศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาทางเศรษฐกิจหรือการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยการผนวกเอาหน่วยเศรษฐกิจขนาดเล็กหลายๆหน่วยมารวมกันทำให้เกิดโครงสร้างทางเศรษฐกิจขึ้น และเมื่อมีการประกอบอาชีพทางด้านพาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรมในเขตเมืองก็จะมีประชากรมาอยู่รวมกันเป็นสังคมที่ถูกหล่อหลอมให้ออกมาในรูปแบบโครงสร้างทางสังคมแบบเมือง ซึ่งจะก่อให้เกิดโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคมเมืองทำให้ขนาดของเมืองเติบโตขึ้น

3. การเมืองการปกครอง เมืองจะต้องมีกลุ่มตัวแทนดูแลทิศทางของเมือง หรือระบบให้ก้าวหน้าไปอย่างถูกต้อง ต้องมีการมองปัญหาโดยส่วนรวม และหามาตรการแก้ไข ประชากรกลุ่มใหญ่จะไม่อยู่รวมกันได้อย่างสันติสุขถ้าไม่มีการจัดระบบของการอยู่รวมกัน

4. เทคโนโลยี การนำเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่ทันสมัยมาใช้ทำให้สังคมชนบทจำนวนมากเปลี่ยนมาเป็นสังคมเมืองความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการสื่อสารสร้างความคล่องตัวให้กับนักธุรกิจ และสร้างความทันสมัยให้เจริญก้าวหน้ามากขึ้น

2.2.3 ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง (Theories of Urban Growth)

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการขยายตัวของเมือง ที่ใช้ในการอธิบายถึงประโยชน์การใช้ที่ดินมี 3 ทฤษฎีด้วยกันคือ

(1). ทฤษฎีวงกลม (Concentric Zone Theory)

Ernest W. Bergess³ (อ้างถึงใน เสน่ห์ ญาณสาร, 2539) มีพื้นฐานแนวความคิดว่า การขยายตัวของเมืองจะเริ่มจากใจกลางเมืองออกไป และแผ่ขยายออกไปโดยรอบในทุกทิศทาง มีลักษณะเป็นรูปวงกลมหรือวงแหวน โดยสมมุติว่าบริเวณรอบๆเมืองเป็นที่ราบมีการขนส่งสะดวกและเท่าเทียมกันและเสนอว่ามีศูนย์กลางธุรกิจการค้า (CBD) อันเดียวตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองและล้อมรอบด้วยการใช้ที่ดินประเภทอื่นๆ

การใช้ที่ดินตามทฤษฎีวงกลมของ Ernest W. Burgess แบ่งประเภทการใช้ที่ดินและที่อยู่อาศัยในชุมชนเมืองออกเป็น 6 เขตคือ

1. เขตธุรกิจการค้าใจกลางเมือง (The Loop) ได้แก่ย่านธุรกิจการค้าใจกลาง (Central Business District หรือ CBD) บริเวณนี้เป็นศูนย์กลางทางการค้า ธุรกิจ สังคมและการคมนาคมขนส่ง โดยเขตนี้จะสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายที่สุดประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของ และสถานที่ราชการเป็นต้น

2. เขตอุตสาหกรรมหรือขอบของเขตธุรกิจการค้ากลาง (Factory Zone or Fringe of the CBD) เป็นเขตการค้าส่งและอุตสาหกรรมบริเวณขอบของธุรกิจการค้ากลาง ประกอบด้วยกิจกรรมการค้าส่ง โกดังเก็บสินค้าและอุตสาหกรรมเบา โดยเหตุที่เขตนี้ตั้งอยู่ใกล้เขต CBD เพราะอยู่ใกล้ตลาด แรงงาน และการขนส่ง

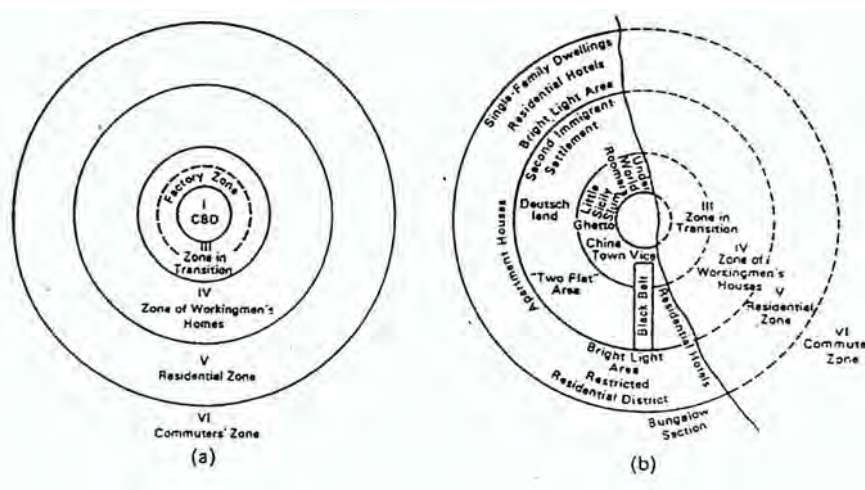
3. เขตปรับเปลี่ยน (Zone in Transition) เขตนี้เป็นเขตที่อยู่ระหว่างเขตธุรกิจการค้ากลางและที่อยู่อาศัย มีการเปลี่ยนแปลงจากการใช้ที่ดินเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยแบบเก่า เป็นย่านการค้าธุรกิจขยายตัวขึ้นเพราะมีค่าแรงถูก

³ W. Burgess, In *The city*, อ้างถึงใน เสน่ห์ ญาณสาร. "ภูมิศาสตร์เมือง" เอกสารประกอบการสอน เรื่อง ภูมิศาสตร์เมือง, 2539, หน้า159-160. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

4. เขตที่พักอาศัยของกรรมกร (Zone of workingmen's Homes) บริเวณขอบนอกของโซนนี้ประกอบด้วยที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ซึ่งแต่เดิมเขตนี้จะมีบ้านของผู้มีฐานะดี แต่เมื่อเมืองขยายตัวออกไปและมีการอพยพของผู้คนจากชนบทเข้าไปอยู่ในโซนนี้ทำให้ผู้มีฐานะดีต้องอพยพไป

5. เขตที่อยู่อาศัย (Residential Zone) เป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีฐานะปานกลางและผู้มีฐานะดี พวกนี้เดิมจะอยู่ใจกลางเมือง ต่อมาได้เคลื่อนย้ายออกมาอยู่อาศัยในเขตรอบนอก โดยบริเวณด้านในของเขตนี้จะเป็นอยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลางส่วนใหญ่จะเป็นพวกแฟลต และบริเวณด้านนอกจะเป็นที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง

6. เขตของผู้สัญจรเข้าไป-เย็นกลับ (Commuters' Zone) เป็นขอบเขตรอบนอกที่สุด ผู้ที่อาศัยอยู่ในโซนนี้เป็นผู้เดินทางเข้าไปทำงานในเมืองแบบเข้าไป-เย็นกลับจัดเป็นเขตชานเมือง เป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีฐานะปานกลางและฐานะดี



รูปที่ 2 ทฤษฎีวงกลม (Concentric Zone Theory)

ที่มา: E.W. Burgess, "The Growth of the City: An Introduction to a Research Project." In *The City* edited by R.E. Park, E.W. Burgess and R.D. McKenzie (Chicago: The University of Chicago Press, 1925) p.51, 55.⁴

⁴ E.W. Burgess, *In The City*, อ้างถึงใน เสน่ห์ ญาณสาร. "ภูมิศาสตร์เมือง" เอกสารประกอบการสอน เรื่อง ภูมิศาสตร์เมือง, 2539, หน้า 161. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

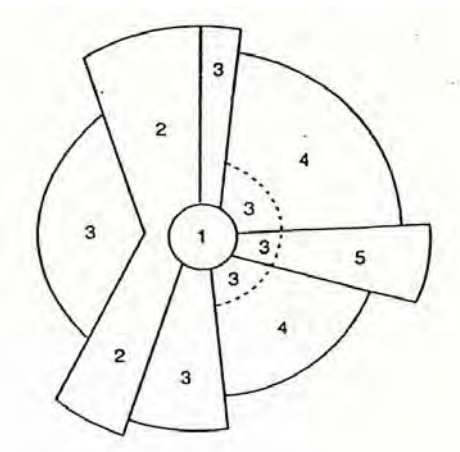
(2). ทฤษฎีรูปปลี (Sector Theory)

Homer Hoyt⁵ (อ้างถึงใน กฤษฎ เพิ่มทันจิตต์,2536) ได้ชี้ให้เห็นถึงการไว้ที่ดินในเขตเมืองที่มีลักษณะเป็นเส้นหรือเป็นเสี้ยวๆ แบบรูปพัดแผ่ออกไปจากศูนย์กลางเมืองตามถนนสายสำคัญๆ เขตที่อยู่อาศัยก็ยิ่งแบ่งเป็นเขตผู้มีรายได้น้อย ปานกลาง และผู้มีรายได้สูง

การไว้ที่ดินตามทฤษฎีรูปปลีของ Homer Hoyt แบ่งประเภทการไว้ที่ดินและที่อยู่อาศัยในชุมชนเมืองออกเป็น 5 เขตคือ

1. เขตศูนย์กลางย่านธุรกิจ (Central Business District)
2. เขตการผลิตขนาดกลางและการขายส่ง (Wholesale light manufacturing)
3. เขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย (Low class residential)
4. เขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง (Medium-class residential)
5. เขตที่อยู่อาศัยของคนชั้นสูง (High-class residential)

การขยายตัวของเมืองออกไปตามถนนสายสำคัญนั้นจะขยายออกไปแบบไม่มีที่สิ้นสุดโดยมีการขยายจากศูนย์กลางทางธุรกิจ และส่วนที่ขยายออกไปจะเป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงเนื่องจากความแออัดในตัวเมืองทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองออกไปตามเส้นทางคมนาคม



รูปที่3 ทฤษฎีรูปปลี (Sector Theory)

ที่มา:John Friedmann & Clyde Weaver, Territory and Function, The Evolution of Regional Planning.(London:Edward Arnold Publishers Ltd,1979),p.60.⁶

⁵ John Friedmann & Clyde Weaver, Territory and Function, The Evolution of Regional Planning, อ้างถึงใน กฤษฎ เพิ่มทันจิตต์, ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ครีเอทีฟพับลิชชิงจำกัด, 2536), หน้า49.

(3). ทฤษฎีหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory)

Chauncy D. Harris และ Edward Ullman⁷ (อ้างถึงในเสน่ห์ ญาณสาร, 2539) ได้ตั้งสมมุติฐานว่าการใช้ที่ดินในเขตเมืองไม่ได้เกิดขึ้นรอบๆ ศูนย์กลางเดียวแต่เกิดขึ้นรอบๆ หลายศูนย์กลาง การเจริญเติบโตของเมืองจะขยายจากหลายจุดซึ่งอยู่ห่างๆกัน โดยจุดศูนย์กลางของเมืองอาจเป็นเขตธุรกิจการค้าภายในเมืองหรือรอบนอกเมือง

จำนวนศูนย์กลางของการเจริญเติบโตจะมีมากหรือน้อยแค่ไหน และตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์กลางของเมืองจะอยู่แห่งใดนั้นล้วนขึ้นอยู่กับขนาดของเมือง บทบาทหน้าที่ของเมือง ลักษณะเฉพาะของทำเลที่ตั้งของเมือง และอายุหรือประวัติความเป็นมาของเมือง

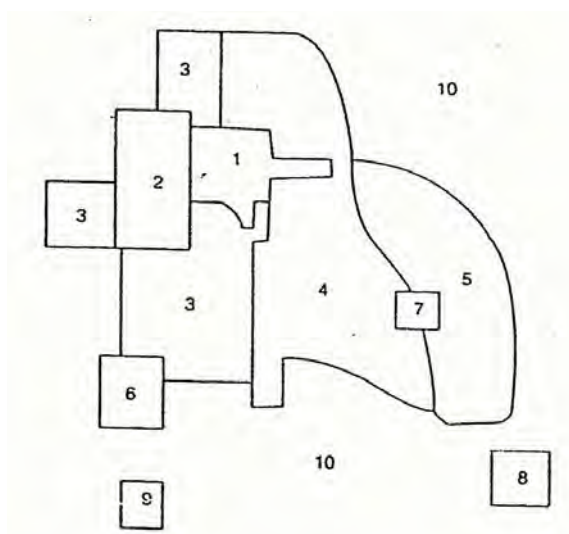
การใช้ที่ดินตามทฤษฎีหลายศูนย์กลางของ Chauncy D. Harris และ Edward Ullman แบ่งประเภทการใช้ที่ดินและที่อยู่อาศัยในชุมชนเมืองออกเป็น 10 เขตคือ

1. ศูนย์กลางย่านธุรกิจ (Central Business District)
2. แหล่งจำหน่ายสินค้าขายส่ง (Wholesale light manufacturing)
3. เขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย (Low class residential)
4. เขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง (Medium-class residential)
5. เขตที่อยู่อาศัยของคนชั้นสูง (High-class residential)
6. แหล่งอุตสาหกรรมหนัก (Heavy manufacturing)
7. แหล่งธุรกิจรอบนอก (Outlying Business District)
8. เขตที่พักอาศัยชานเมือง (Residential Suburb)
9. แหล่งอุตสาหกรรมนอกเมือง (Industrial Suburb)

⁶ John Friedmann & Clyde Weaver, Territory and Function, The Evolution of Regional Planning, อ้างถึงใน กฤษ เพิ่มทันจิตต์, ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ครีเอทีฟพับลิชชิง จำกัด, 2536), หน้า 50.

⁷ C.D. Harris and E.L. Ullman, The Nature of Cities, อ้างถึงใน เสน่ห์ ญาณสาร. “ภูมิศาสตร์เมือง” เอกสารประกอบการสอน เรื่อง ภูมิศาสตร์เมือง, 2539, หน้า 169.

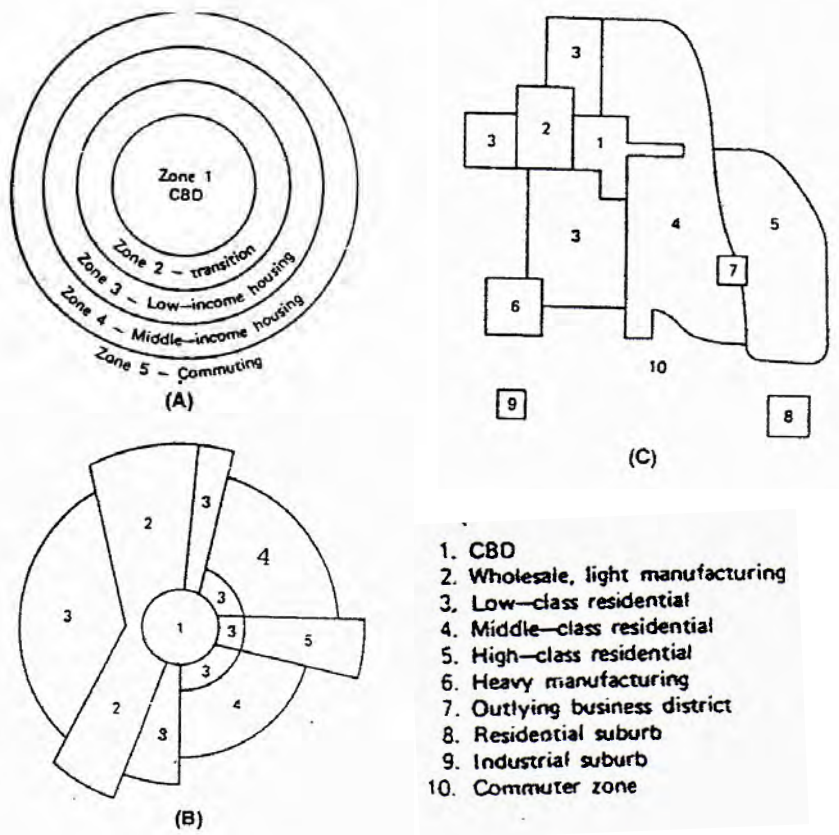
10. เขตที่พักอาศัยของคนเดินทางเข้าไปทำงานในเมืองเข้าไป-เย็นกลับ
(Commuters' Zone)



รูปที่ 4 ทฤษฎีหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory)

ที่มา: John Friedmann & Clyde Weaver, Territory and Function, The Evolution of Regional Planning. (London: Edward Arnold Publishers Ltd, 1979), p 60⁸

⁸ John Friedmann & Clyde Weaver, Territory and Function, The Evolution of Regional Planning, อ้างถึงใน กฤษ เพิ่มทันจิตต์, ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ครีเอทีฟพับลิชชิงจำกัด, 2536), หน้า 52.



รูปที่ 5 เปรียบเทียบการใช้ที่ดินและการขยายตัวของเมืองตามทฤษฎีวงกลม(A),ทฤษฎีรูปปลี (B)และทฤษฎีหลายศูนย์กลาง(C)

ที่มา:C.D. Harris and E.L. Ullman, "The Nature of Cities." Annals of the American Academy of Political and Social Science 242 (November 1945):13.⁹

จากทฤษฎีการขยายตัวของเมืองดังกล่าวทางผู้วิจัยได้นำมาใช้ในส่วนของการเลือกร้านค้า โซนย่อยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้เพราะเขตเทศบาลเมืองสกลนครมีการขยายตัวของเมืองอย่างต่อเนื่องโดยการขยายตัวของเมืองในระยะแรกนั้นจะเป็นการขยายตัวของเมืองจากจากใจกลางเมืองออกไปรอบๆชุมชนเมืองเดิมที่มีพื้นที่ประมาณ 2.25 ตารางกิโลเมตร¹⁰ โดยมีวัดพระธาตุเชิง

⁹ C.D. Harris and E.L. Ullman, *The Nature of Cities*, อ้างถึงใน เสน่ห์ ญาณสาร. "ภูมิศาสตร์เมือง" เอกสารประกอบการสอน เรื่อง ภูมิศาสตร์เมือง, 2539, หน้า165.

¹⁰ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, "การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),"2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

ชุมเป็นศูนย์กลางบริเวณสี่แยกถนนเจริญเมืองตัดกับถนนสุขเกษม และสี่แยกถนนเจริญเมืองตัดกับถนนใจผาสุก

จากนั้นเมืองได้ขยายพื้นที่ไปทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้บริเวณย่านตลาด ต.การคำ และบริเวณใกล้เคียง ได้แก่ บริเวณถนนรัฐพัฒนา ถนนประชาราษฎร์ ถนนยุทธพัฒนา ถนนเปรมปรีดา และถนนสุขเกษม

ต่อมาพื้นที่ของเมืองได้ขยายไปทางด้านทิศเหนือ ตามแนวถนนสายสกลนคร-อุดรธานี เพราะมีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ค่ายทหาร และหน่วยงานราชการต่างๆ ไปก่อตั้งบริเวณสี่แยกบ้านธาตุนาเวง ทำให้เกิดพื้นที่ ที่อยู่อาศัยและการค้าขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้คนที่อาศัยอยู่ในละแวก ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้ในปัจจุบันได้ถูกกำหนดให้เป็นศูนย์กลางรองของเมืองสกลนคร¹¹ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเมืองและการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนประชากร

ทางด้านทิศใต้พื้นที่ของเมืองบางส่วนได้ขยายขยายตัวออกไปตามถนนสายสกลนคร-นาแก ที่เป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยรอบเขตเมืองเดิม และทางทิศตะวันตกจะเป็นการขยายตัวของเมืองไปยังพื้นที่ว่างที่เป็นเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรมที่ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดแต่มีประชากรอาศัยกันน้อย

จะเห็นได้ว่า การขยายตัวของเมืองสกลนครจะมีการขยายตัวของเมืองไปทางด้านทิศเหนือ ทิศใต้ และทิศตะวันตก ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ที่มีหนองน้ำ (หนองหาร) อยู่ทางด้านทิศตะวันออก และจากการขยายตัวของเมืองสกลนครที่มีมาอย่างต่อเนื่องนี้ ทำให้ในปัจจุบันพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสกลนครมีพื้นที่ทั้งหมด 54.54 ตารางกิโลเมตร

จากการขยายตัวของเมืองนี้เองก็ได้ทำให้แต่ละเขตประโยชน์การใช้ที่ดินเกิดศูนย์กลางของแต่ละพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินขึ้น ทั้งในด้านของศูนย์กลางทางด้านศาสนา และศูนย์กลางทางการค้า โดยศูนย์กลางทางการค้านั้นนอกเหนือจากตลาดแล้วยังมีร้านค้าโชห่วยที่เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายแลกเปลี่ยน ซึ่งศูนย์กลางที่เป็นร้านค้าโชห่วยในแต่ละแห่งก็ล้วนแตกต่างกันไปตามขอบเขตพื้นที่ และลักษณะของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยมีลักษณะที่มีความแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นจากการเก็บข้อมูลจากร้านค้าโชห่วยในแต่ละเขตพื้นที่ ทำให้ทางผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครอบคลุมและจะได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาได้มากยิ่งขึ้น

¹¹ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, "การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),"2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของร้านค้าปลีก

2.3.1 ความหมายของร้านค้าปลีก ได้มีผู้ให้ความหมายของการค้าปลีกไว้ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนีย์ เลิศแสงกิจ (2538) ได้ให้ความหมายของการค้าปลีกไว้ว่า การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) ซึ่งซื้อไปเพื่อบริโภคของตนเองหรือ ของบุคคลในครอบครัว ผู้ขายอาจจะเป็นใครก็ได้ คืออาจจะเป็นผู้ผลิตที่ขายผลผลิตของตนให้ผู้บริโภคโดยตรง ไม่จำเป็นต้องเป็นพ่อค้าปลีกเสมอไป

สุนนา อยู่โพธิ์ (2538) ได้ให้ความหมายของการค้าปลีกไว้ว่า การค้าปลีกเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการส่วนตัวไม่ใช่เพื่อธุรกิจ

เสน่ห์ ญาณสาร (2539) กล่าวถึงการค้าปลีกของเมืองไว้ว่า การซื้อ-ขายสินค้าและบริการระหว่างพ่อค้าและผู้บริโภค เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของชุมชนเมือง เหตุการณ์หรือลักษณะที่สำคัญที่สุดอันหนึ่งเกี่ยวข้องกับการค้า ที่ปรากฏในเมืองใดๆ ก็คือการเคลื่อนย้ายหรือการเดินทางของประชาชนเพื่อไปซื้อสินค้า หรือการเคลื่อนย้ายของยวดยานพาหนะที่ขนส่งสินค้าไปให้แก่ผู้บริโภค

2.3.2 บทบาทหน้าที่ของร้านค้า

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนีย์ เลิศแสงกิจ (2538) ได้กล่าวถึง บทบาทและหน้าที่ของร้านค้า ดังนี้ ว่ามีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ทำหน้าที่ปฏิบัติคล้ายกับเป็นตัวแทนซื้อของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วยวิธีที่สะดวก และง่าย เพราะมีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตที่มีการคมนาคมสะดวก
3. ทางร้านค้าจะต้องมีการคาดคะเนถึงความต้องการของผู้บริโภค แล้วทำการจัดหาสินค้าและบริการไว้สำหรับลูกค้า
4. จำแนกสินค้าออกเป็นส่วนย่อยๆ เช่นการแบ่งสินค้าออกเป็นหน่วย เป็นชิ้น เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

5. ร้านค้าจะต้องมีการรวบรวมสินค้าจากแหล่งต่างๆ ที่มีคุณภาพสินค้าในระดับพอใช้ไปจนถึงระดับดี และมีหลากหลายขนาด หลากหลายแบบให้เลือกสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้และระดับการศึกษาที่ต่างกัน
6. จะต้องมีการเก็บรักษาสินค้าให้มีความพร้อมอยู่เสมอ เพื่อรอการจำหน่ายตามความต้องการของผู้บริโภค
7. ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคจนถึงบ้าน และรับประกันสินค้า แต่หากมีการชำรุดก็ต้องรับผิดชอบโดยการรับคืน หรือซ่อมแซมให้
8. ให้บริการด้านสินเชื่อด้วยการซื้อสินค้าเงินผ่อนระยะสั้น ระยะยาวตามประเภทสินค้า

สุมนา อยู่โพธิ์ (2538) กล่าวถึงบทบาทของร้านค้าที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของการค้าปลีก

1. อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) โดยการเสนอขายสินค้าไปยังสถานที่ๆ ลูกค้าต้องการถ้าไม่มีสินค้าเสนอขายยังเป็นสถานที่ๆ ต้องการแล้วก็ต้องซื้อของคนอื่นแทนหรือถ้าทำเองไม่ได้ก็ต้องยอมเสียเงินเสียเวลาไปเสาะแสวงหาไปยังสถานที่ๆ มีสินค้านั้นขาย
2. อรรถประโยชน์ในด้านเวลา (Time Utility) เนื่องจากลูกค้ามักจะต้องการสินค้า ณ.เวลาใดเวลาหนึ่งผู้ค้าปลีกจะต้องรู้ว่าเวลานั้นคือเวลาใดเพื่อว่าจะได้มีสินค้าพร้อมไว้ในร้านรอเวลาที่ลูกค้าต้องการ เขาจะต้องตุนสต็อกสินค้านั้นไว้ให้พร้อมเสมอและพร้อมที่จะเสี่ยงภัยกับการสูญหาย ไฟไหม้ สินค้าล้าสมัย หรือเสื่อมสภาพ อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ยจะต้องคุ้มกับการเสี่ยงภัย หรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเท่ากับเป็นการสร้าง Value vadeded ให้กับสินค้าอีกชั้นตอนหนึ่ง
3. อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ (Possession Utility) เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเป็นเจ้าของสินค้าที่เราต้องการ ผู้ค้าปลีกจะต้องเสาะแสวงหา ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกที่มีสินค้านั้นจำหน่ายและซื้อมาโดยมีการส่งมอบกรรมสิทธิ์ ซึ่งในเรื่องนี้ผู้ค้าปลีกจะต้องทำหน้าที่ติดต่อเจรจาต่อรองกับผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิตหรือตัวแทนของเขา การทำหน้าที่นี้ผู้ค้าปลีกจะต้องเสียค่าเดินทางหรือค่านายหน้า ค่าติดต่อฉะนั้นราคาของผู้ค้าปลีกขายจะต้องบวกค่าใช้จ่ายเหล่านี้ไว้แล้ว

4. อรรถประโยชน์ด้านรูปแบบ (Form Utility) ร้านค้าปลีกจะต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าในบางครั้ง เช่นเสื้อผ้าที่ไม่ดีพอต้องมีการแก้ไข รูปภาพแผ่นๆ อาจจะต้องนำมาใส่กรอบให้ดูเหมาะสม ฯลฯ ซึ่งจะทำให้มีการเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าไปจากเดิมเพื่อให้ลูกค้าใช้ประโยชน์ได้ทันที

ประโยชน์ทางด้านสังคมของการค้าปลีก

1. ช่วยในการจำหน่ายสินค้า (Retailer Help Distribute Goods) ในระบบการค้าเสรี ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเอง ร้านค้าจึงต้องบริการจัดหาสินค้าที่เหมาะสมมาขายในโอกาสและสถานที่ที่ควร ผู้ผลิตผู้จำหน่ายจะตั้งตัวและเจริญรุ่งเรืองอยู่ได้ถ้าเขาผลิตสินค้า และบริการที่ลูกค้าต้องการ

2. ช่วยอำนวยความสะดวกให้ (Retailing Affects Everyone) ทุกคนทำงานหาเงินก็เพื่อที่นำมาจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า และสิ่งต่างๆ ตามที่เขาต้องการ และของเหล่านี้ก็จะต้องซื้อหาจากผู้ค้าปลีก เสื้อผ้า อาหาร ของใช้ต่างๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ นอกจากสินค้าที่จำเป็นจริงๆ แล้วตามร้านค้าปลีกยังสามารถหาสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากความจำเป็นมาใช้ในบ้านเพื่อความสวยงาม และความสะดวกสบาย และความสนุกเพลิดเพลินได้อีก ทุกคนทุกครัวเรือนจะต้องเกี่ยวกับการค้าปลีกเสมอ

3. ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพ (Rising the Standard of Living) วิธีการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ (Effective merchandising) จะทำให้ลูกค้าซื้อหาสินค้าเกินความจำเป็น และเพื่อความสุขของครอบครัวในราคาถูกลง ช่วยยกระดับการครองชีพ ถ้าไม่มีวิธีการเกี่ยวกับสินค้าที่ดีเราก็จะไม่มีสินค้าใหม่ๆ ออกมา การบริโภคขนานใหญ่ (Mass consumption) การผลิตขนานใหญ่ (Mass production) ก็จะไม่มีการเห็นได้ทั่วไปในขณะนี้ ชุมชนใดที่มีร้านค้าทันสมัยเข้าไปอยู่ รสนิยมของคนในชุมชนก็จะเปลี่ยนไป รูปแบบของการบริโภคก็เปลี่ยนไปด้วย

4. รับใช้ชุมชน (Serving the Community) การค้าปลีกนั้นรับใช้ชุมชนหลายลักษณะ คือ

(ก). นำความภูมิใจมาสู่ท้องถิ่น (They serve as a center of civil pride) คนในท้องถิ่นจะภาคภูมิใจ และเป็นเครื่องดึงดูดคนท้องถิ่นอื่นให้มาเยี่ยมเยือน

(ข).สนองความต้องการทางสังคม (They fill social needs) ร้านค้าที่ตกแต่งสวยงามจะทำให้คนออกมาเดินเพื่อดูสินค้า ดูการตกแต่งร้านค้าแบบต่างๆ ถ้าคนขายสินค้าอัธยาศัยดีลูกค้าก็มักจะชอบมาคุยด้วยเท่ากับเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้

(ค). เป็นผู้นำในชุมชน (They provide civic leadership) ส่วนมากผู้ค้าปลีกมักจะต้องเข้มแข็งในงานของชุมชน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตนเอง

(ง). เป็นตัวแทนซื้อสำหรับประชาชน (They serve as purchasing agents for the public) หมายความว่า ผู้ค้าปลีกทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการซื้อสินค้าสำหรับลูกค้า เขาย่อมจะพยายามหาสินค้าที่ดีมาให้ลูกค้าซื้อได้ตามความต้องการของลูกค้า เขาอาจจะซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง หรือผู้จำหน่ายอื่นๆ อาจจะเป็นพวกส่งสินค้าเข้า พวกนายหน้าซึ่งในบางครั้งเขาอาจจำเป็นต้องหาซื้อสินค้าจากต่างประเทศมาขายให้กับลูกค้าของเขา

ด้วยเหตุนี้ ผู้ค้าปลีกจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมเพราะการผลิตต้องอาศัยการจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงตลาดที่มีความต้องการมาก สินค้าต้องมีการปรับปรุงคุณภาพเพื่อขายแข่งขันกัน ผู้ค้าปลีกเป็นบุคคลสำคัญเพราะเป็นสื่ออันสุดท้ายที่จะขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ชี้ขาดถึงความสำเร็จของการผลิตอื่นๆ

2.3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมกิจกรรมการค้า

1. ปัจจัยทางกายภาพ ประกอบด้วย แหล่งที่ตั้ง (Location) คือทำเลที่ตั้งต้องอยู่ในย่านการค้าที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสม มีถนนหนทางดี รถผ่านไปมาสะดวก มีผู้คนหนาแน่นเพียงพอ

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อำนาจการซื้อของผู้บริโภคในบริเวณนั้นๆ เพราะหากประชาชนในละแวกมีรายได้สูงก็ย่อมมีอำนาจซื้อที่สูงตามไปด้วย

3. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยความหนาแน่นของประชากรและความเจริญของเมือง

4. ปัจจัยทางสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมที่จะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมี รายได้เพิ่มขึ้น¹²

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ร้านโชห่วย และเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าที่ผ่านมา สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา มีดังต่อไปนี้

วีระ อนันต์ธนาโรจน์ (2530) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมการค้าปลีกต่อพฤติกรรมเดินทางจับจ่ายในเมืองพิษณุโลก พบว่าจากเดิมที่เคยจับจ่าย ณ ร้านค้าละแวกบ้าน มาจับจ่ายยังห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง โดยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน การมีรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ วิธีการ และความถี่ในการเดินทาง

ศิลป์ชัย สุฉันทบุตร (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เขตอิทธิพลการค้าและบริการของเมืองเพชรบุรี พบว่า เขตอิทธิพลการค้าของเมืองเพชรบุรี มีระยะทางรัศมีเฉลี่ยประมาณ 17.77 กิโลเมตร ส่วนเขตบริการมีระยะทางรัศมีเฉลี่ยประมาณ 12.16กิโลเมตร โดยมีเขตการค้าของการขายเครื่องเรือนระยะทางรัศมีเฉลี่ยไกลที่สุดเท่ากับ 20.69กิโลเมตร ปัจจัยทางด้านปริมาณสินค้า ระยะทาง ประเภทของสินค้าและบริการ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง และรายได้ของประชากร มีอิทธิพลต่อเขตการค้าและบริการของเมืองเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 โดยมีค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง และปริมาณสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ0.59 ในด้านของจำนวนประชากรประเดิมต่ำสุดที่จะทำให้ร้านค้าแต่ละประเภทสามารถดำเนินการอยู่ได้คือ ร้านขายของชำ 124 ร้านขายอาหาร 176 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป 871 ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า 1,307 ร้านขายหนังสือแบบเรียน 2,832 และร้านขายเครื่องเรือน 3,089 สำหรับสถานบริการพบว่า จำนวนประชากรประเดิมต่ำสุด คือร้านเสริมสวย 395ร้าน ร้านตัดเสื้อผ้า ชาย,หญิง 539 ร้านถ่ายภาพ 2,614 และบริการซ่อมรถ 3,776

¹² เซาว์ กาญจนะไพบุรณ์, การบริหารการค้าปลีก, (ปทุมธานี: สำนักพิมพ์ศูนย์หนังสือ ดร. ศรีสง่า จำกัด, 2527), หน้า34.

กิจฐเขต ไกรवास (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่ พบว่า ที่ตั้งของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ในส่วนใหญ่มักจะกระจุกอยู่ในย่านธุรกิจการค้าใจกลางเมือง โดยมีศูนย์การค้าบางแห่งที่กระจายตัวออกไปตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ที่เป็นเขตเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ด้านในของเขตเมือง กับย่านพักอาศัยที่ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่รอบนอก ซึ่งศูนย์การค้าของเมืองเชียงใหม่จะมีรัศมีในการให้บริการให้บริการออกเป็น 3 ระดับคือ 1. ศูนย์การค้าในระดับจังหวัดหรือในระดับภาคมีรัศมีบริการประมาณ 5-6 กิโลเมตร 2. ศูนย์การค้าในระดับเขตหรือชุมชน มีรัศมีบริการประมาณ 2 กิโลเมตร 3. ศูนย์การค้าในระดับตำบลหรือท้องถิ่น มีรัศมีบริการประมาณ 1 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังพบว่า ศูนย์การค้านั้นเป็นการพัฒนาในเรื่องรูปแบบของกิจกรรมการค้า และบริการของเมืองอย่างหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากการเป็นแหล่งศูนย์รวมของสินค้าและบริการที่หลากหลายของศูนย์การค้า ซึ่งจะช่วยสร้างความสะดวกในการเดินทางและในการเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค และผลจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าดังกล่าว ได้ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์การค้าต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็ได้ส่งผลให้ศูนย์การค้ามีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย

สิ่งที่เห็นได้จากการศึกษาอีกส่วนหนึ่งคือ ผลกระทบของศูนย์การค้าที่มีต่อกิจกรรมการค้าและการบริการของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการค้าในบริเวณรอบๆ ศูนย์การค้าที่ได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในบริเวณดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ศูนย์การค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่สัมพันธ์พื้นที่ที่พักอาศัย โดยเฉพาะศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อระบบสาธารณูปโภคของเมือง รวมทั้งปัญหาทัศนียภาพและความสวยงามของเมืองอีกด้วย

กษมา วรรณศิลป์ (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง: กรณีศึกษา พัฒนาการในด้านพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร พบว่า ศูนย์การค้าชานเมืองนอกจากเป็นแหล่งบริการด้านสินค้า และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ แก่ประชาชนในย่านเมืองแล้ว ศูนย์การค้าชานเมือง ยังก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหาที่ตามมา ได้แก่ ผลกระทบด้านการใช้ที่ดิน ผลกระทบด้านการจราจร ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อม

คุณาธิป ฉายแสง (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และผลกระทบต่อร้านขายของชำเดิม พบว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้มีการพัฒนาแตกออกไปหลายรูปแบบ

และขยายสาขาไปอย่างมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านสะดวกซื้อและดิสเคาน์สโตร์ ซึ่งเน้นการขยายสาขาเพื่อเพิ่มยอดขายและการประหยัดต่อขนาด มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และศูนย์กระจายสินค้าเพื่อบริหารต้นทุนสินค้า จนกระทั่งวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 ผู้ประกอบการดิสเคาน์สโตร์ได้ประสบปัญหาสภาพคล่อง เพราะภาวะหนี้ต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากอัตราทุนแลกเปลี่ยนจนต้องขายกิจการให้กับผู้ค้าปลีกต่างชาติในที่สุด รัฐบาลได้ออกกฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542 เพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้ค้าปลีกต่างชาติขนาดใหญ่ที่มีทุนมากกว่า 100 ล้านบาท สามารถเข้ามาประกอบกิจการการค้าปลีกในประเทศไทยได้ทันที ภายใต้การบริหารของต่างชาติ ดิสเคาน์สโตร์ได้ขยายสาขาอย่างรวดเร็วไปทั่วประเทศ ทำให้มีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้นและสามารถบีบเอาส่วนต่างจากซัพพลายเออร์ และผู้ผลิตโดยการเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆในอัตราที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังทำให้ร้านขายของชำปิดกิจการไปเป็นจำนวนมากทำให้มีกระแสต่อต้านดิสเคาน์สโตร์ขึ้นทั่วประเทศทั้งจากซัพพลายเออร์ ผู้ผลิต ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น และร้านขายของชำดั้งเดิม ในส่วนของผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านขายของชำดั้งเดิมนั้น ผลจากการศึกษาพบว่า ร้านสะดวกซื้อจะส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำในรัศมี 200 เมตร ทำให้มียอดขายและจำนวนลูกค้าลดลง ในขณะที่ดิสเคาน์สโตร์จะส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำทั่วทั้งพื้นที่การศึกษา โดยทำให้การขายและจำนวนลูกค้าลดลงเล็กน้อยแตกต่างกันไป แต่เมื่อเปรียบเทียบกับในรัศมี 200 เมตรแล้วผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่รุนแรงเท่าผลกระทบจากร้านสะดวกซื้อ

นอกจากนี้ ดิสเคาน์สโตร์ยังส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำทางด้านการจราจร และความเสียหายในขณะก่อสร้างอาคารอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ร้านขายของชำก็ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าจากดิสเคาน์สโตร์เมื่อมีการลดราคาและได้รับผลพลอยได้จากผู้คนจำนวนมากที่เข้ามายังพื้นที่อันเป็นที่ตั้งของดิสเคาน์สโตร์ ผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อและดิสเคาน์สโตร์ส่วนใหญ่ยังใช้บริการร้านขายของชำควบคู่กันไป แต่ก็ใช้บริการน้อยลงเมื่ออยู่ใกล้ร้านสะดวกซื้อและดิสเคาน์สโตร์มากขึ้น ทั้งนี้ทำเลที่ตั้งของร้านขายของชำเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ยังสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ ส่วนข้อเสียของร้านขายของชำในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่คือ สินค้าเก่าเก็บ และไม่ติดป้ายราคาสินค้า ร้านขายของชำส่วนใหญ่ไม่มีการปรับตัวเพื่อแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีเพียงการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ดำเนินกิจการที่แย่ง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่กระตือรือร้นที่จะปรับตัว เพราะมีอายุมาก และไม่มีทายาทสืบทอดกิจการ ซึ่งแสดงให้เห็นแนวโน้มที่ร้านขายของชำจะมีบทบาทลดลงในอนาคต จากการศึกษากฎหมายค้าปลีกของต่างประเทศพบว่า แนวทางการควบคุมร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในเบื้องต้นคือการกำหนดพื้นที่ก่อสร้าง และใช้วิธีกำหนดเวลาให้บริการของร้านค้าปลีก แต่ละประเภทเมื่อมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยในระยะยาว

ปิยะมาศ เลิศนภากุล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของศูนย์การค้าชานเมือง ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง พบว่า อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านบางกะปิ ได้ก่อให้เกิดผลต่างๆ ให้กับเมือง ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ภาครัฐจัดเก็บภาษีได้มากขึ้น ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการจับจ่ายใช้สอยจากการแข่งขันของศูนย์การค้า ซึ่งมีผลต่อการดำเนินการค้าของร้านย่อย ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของเมือง ทำให้เกิดความแออัดของยานพาหนะที่ส่งผลต่อสภาพอากาศ และเสียง ขยะมูลฝอย หาบแร่แผงลอยบริเวณศูนย์การค้า

กมล ทองสิริสวัสดิ์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกรายย่อย(โชวห่วย)ในประเทศไทย(ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด) พบว่าการจัดตั้งบริษัทค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด ถือเป็นแนวทางที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สุดที่ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกรายย่อย(โชวห่วย) ของประเทศไทยในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าจะสามารถแก้ปัญหาให้หมดไปได้ แต่ก็ถือว่าการบรรเทาปัญหาได้ในระดับหนึ่ง โดยหลักการสำคัญที่รัฐบาลยึดถือในการแก้ปัญหาดังกล่าวคือ เน้นการแก้ปัญหาบนพื้นฐานของการสร้างเสริมศักยภาพ มิใช่การจำกัดบทบาททางการค้า ซึ่งจะขัดแย้งกับข้อตกลงการค้าเสรีที่กระทำร่วมกับนานาชาติ ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องอาศัยการดำเนินงานของบริษัทรวมค้าปลีก เข้มแข็งจำกัด เป็นกำลังสำคัญในการส่งเสริมศักยภาพและความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการรายย่อยของไทยในฐานะหน่วยที่สนับสนุนและให้ความรู้ทางด้านการปรับปรุงร้านค้าเพื่อให้เป็นร้านค้าสำหรับชุมชนในระบบการจัดการการค้าแบบใหม่ แต่สิ่งสำคัญที่เป็นเงื่อนไขของความสำเร็จอยู่ที่ตัวผู้ประกอบการรายย่อย(โชวห่วย) เองที่จะต้องมีความพร้อมและความตั้งใจจริงในการปรับปรุงพัฒนาตนเองและเรียนรู้ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถเข้มแข็งและยืนหยัดได้บนรากฐานของตนเอง

นิพันธ์ พัวพงศกร และคณะ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ โดยทำการศึกษาในเขต 5 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น และสงขลา พบว่า ได้เกิดผลกระทบขึ้นดังต่อไปนี้

ผลกระทบด้านมหภาค คือ การเสียภาษีเงินได้ การโอนเงินออกนอกประเทศและการจ้างงาน พบว่า ไฮเปอร์มาร์เก็ตมีการลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2538-2540 มีการลงทุนอย่างหนัก ทำให้เจ้าของกิจการไฮเปอร์มาเก็ตไทยต้องขายกิจการให้กับต่างชาติ ในช่วงปี 2540-2541 หลังปี 2541 การลงทุนระยะยาวขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นช่วงที่

ไฮเปอร์มาเก็ตเริ่มขยายสาขาอีกครั้ง ซึ่งการลงทุนดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่ในรูปของสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุนระยะยาว

ผลกระทบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ในด้านของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของไฮเปอร์มาเก็ต และร้านสะดวกซื้อ แต่ในกลุ่มของร้านโชห่วย นั้น พบว่าร้านโชห่วยมียอดขาย จำนวนลูกค้า และกำไรที่ลดลง ทั้งนี้ก็เป็นผลมาจากการแข่งขันกับร้านค้าสมัยใหม่

วิลาวัลย์ บุญศรี (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้ที่ดินในเมือง:กรณีศึกษา นครหาดใหญ่ พบว่า การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเกิดขึ้นบริเวณโดยรอบร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เปรียบเทียบช่วงก่อนและหลังของการเกิดขึ้นของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ การใช้ประโยชน์ที่ดินโดยรอบร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่เกษตรกรรมกลายเป็นพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัยกึ่งพาณิชย์กรรม และเพื่อการพาณิชย์กรรมโดยตรง เนื่องจากความหนาแน่นและการกระจุกตัวของบริเวณใจกลางเมืองทำให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งต้องการพื้นที่ ที่มีขนาดใหญ่เกิดขึ้นบริเวณนอกเมืองแทน ประกอบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้มากกว่า ทำให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้ สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการได้มากและเป็นแหล่งรวมของผู้บริโภคหลายกลุ่ม ด้วยเหตุนี้ทำให้ร้านค้าปลีกรายย่อยได้รับอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และยังก่อให้เกิดร้านค้ารายย่อยใหม่จากทำเลที่ตั้งจากใจกลางเมืองเดิม เข้ามายังพื้นที่ ที่อยู่ในรัศมีของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เพื่อประโยชน์จากการรวมกลุ่มกันของผู้บริโภค ส่งผลให้การใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินมากกว่าพื้นที่อื่นๆ โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรม รวมถึงราคาที่ดินที่มีมูลค่าเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

รุ่งทิภา ประโยชน์สมบูรณ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อสภาพแวดล้อมชุมชน:กรณีศึกษาย่านบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่า ย่านบางกะปิมีลักษณะของธุรกิจการค้าแบบกระจุกตัว (Clustered Pattern) เนื่องจากย่านบางกะปินั้นมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นย่านการค้ามากกว่าพื้นที่อื่นๆ ในบริเวณพื้นที่ ที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ย่านบางกะปิเป็นทำเลที่มายตาของผู้ประกอบการค้าในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะในรูปแบบของศูนย์การค้า และร้านปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ตามมาแม้จะพบว่าผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากการที่ได้ซื้อสินค้าในราคาถูก มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ได้รับความสะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกันการเข้ามากระจุกตัวกันของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นั้นก็ส่งผลให้เกิดผลกระทบให้กับพื้นที่ย่านบางกะปิ ในด้านต่างๆ ตามมาเช่น ผลกระทบที่มีต่อร้านค้ารายย่อย

ผลกระทบที่มีต่อการจราจรและการสัญจร ผลกระทบด้านความไม่เป็นระเบียบของหาบแร่แผงลอย และผลกระทบด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำรงอยู่ในชุมชนของมนุษย์นั้นก็ย่อมมีจุดศูนย์กลางที่เป็นแหล่งรวมความสำคัญในด้านต่างๆ อย่างเช่นร้านค้าโชห่วยก็จะเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนที่มีมาแต่ดั้งเดิมเป็นศูนย์กลางลำดับล่าง (Low order central place) แต่เมื่อบริบทสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงก็ได้ส่งผลไปยังระบบเศรษฐกิจของชุมชนด้วยเพราะมีการก่อสร้างห้างสรรพสินค้าเพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตของสังคมเมือง ทำให้ร้านค้าโชห่วยที่เคยเป็นศูนย์กลางทางการค้าของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นร้านค้าโชห่วยจะมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยยึดถือลูกค้าเป็นศูนย์กลางแต่มีวิธีการที่แตกต่างกันไปโดยขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การใช้ที่ดิน และความต้องการของลูกค้า

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก ร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quatitative research) เป็นส่วนประกอบ ซึ่งในการดำเนินการศึกษาจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) และทำการข้อมูลเชิงปริมาณ สำหรับกลุ่มตัวอย่างพร้อมด้วยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participantary Observation) ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. พื้นที่และประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 พื้นที่และประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในทำการศึกษาเรื่องการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร การเลือกพื้นที่ และกลุ่มประชากรในการศึกษานั้น มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.1 **พื้นที่ในการศึกษา** ใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พื้นที่ในการศึกษาโดยทางผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เทศบาลเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร ทั้งนี้เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการก่อตั้งห้างสรรพสินค้าทั้ง 3 แห่งในระยะเวลา 3 ปี เริ่มจากการเปิดให้บริการของ

ห้างแมคโคร ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2547 ห้างเทสโก้-โลตัสเปิดให้บริการในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 และห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซนเตอร์เปิดให้บริการในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548¹ ตามลำดับ

จากนั้นทางผู้วิจัยจะทำการเลือกพื้นที่ที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลโดยใช้จากการใช้แผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน และแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคต ที่ทางผู้วิจัยได้มาจากสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร และแผนที่ชุมชน 39 ชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร จากกองวิชาการ สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร มาประกอบในการเลือกพื้นที่ในการศึกษา ซึ่งจากแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน ทำให้ทราบถึงบริเวณที่อยู่อาศัยของประชากรในปัจจุบัน ที่มีการแบ่งพื้นที่ตามประเภทกิจกรรมการใช้ที่ดินออกเป็น 8 ประเภทด้วยกันคือ

1. ย่านที่พักอาศัย ใช้สีเหลืองแทนในแผนที่
2. ย่านพาณิชยกรรม/ที่พักอาศัยกึ่งพาณิชยกรรม ใช้สีแดงแทนในแผนที่
3. ย่านอุตสาหกรรม และคลังสินค้า ใช้สีม่วงแทนในแผนที่
4. สถาบันการศึกษา ใช้สีเขียวแทนในแผนที่
5. สถาบันศาสนา สุสาน และฌาปนกิจ ใช้สีขาวแทนในแผนที่
6. สถาบันราชการ ใช้สีเขียวแทนในแผนที่
7. สถานที่พักผ่อน และสนามกีฬา ใช้สีเขียวแทนในแผนที่
8. พื้นที่เกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ ที่ว่าง และอื่นๆ ใช้สีขาวแทนในแผนที่

ตารางที่ 1 การใช้ประโยชน์ที่ดินภายในเขตผังเมืองรวมเมืองสกลนคร

การใช้ประโยชน์ที่ดิน	ไร่	ร้อยละ
ที่พักอาศัย	1,114	1.45
พาณิชยกรรม/ที่พักอาศัยกึ่งพาณิชยกรรม	416.32	0.54
อุตสาหกรรม และคลังสินค้า	127.4	0.17
สถาบันการศึกษา	121.81	0.16
สถาบันศาสนา สุสาน และฌาปนกิจ	36.58	0.05

¹ สัมภาษณ์ พนักงานห้างสรรพสินค้า, 27 กุมภาพันธ์ 2552.

ตารางที่ 1 (ต่อ) การใช้ประโยชน์ที่ดินภายในเขตผังเมืองรวมเมืองสกลนคร

การใช้ประโยชน์ที่ดิน	ไร่	ร้อยละ
สถาบันราชการ	99.81	0.13
สถานที่พักผ่อน และสนามกีฬา	33.44	0.04
พื้นที่เกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ ที่ว่าง และอื่นๆ	66,426.89	86.60
ถนน ซอย	792	1.03
แม่น้ำ ลำคลอง ลำห้วย แหล่งน้ำ	7,538	9.83
รวม	76,706.25	100.00

ที่มา:จากการสำรวจ²

และใช้แผนที่แสดงสถานที่ตั้ง 39 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองมาใช้ประกอบเพื่อทำให้ทราบว่าชุมชนทั้ง 39 ชุมชนนั้นมีสถานที่ตั้งของชุมชนอยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทใดบ้าง และจากแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคต ที่ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าเขตเมืองรวมสกลนครนั้นทำให้ทราบว่าเขตเมืองรวมสกลนครนั้นมีเขตประโยชน์การใช้ที่ดินทั้งหมด 13 ประเภท ประกอบด้วย

1. ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัย ใช้สีเหลืองเส้นทแยงขาวแทนในแผนผัง
2. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ใช้สีเหลืองแทนในแผนผัง
3. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ใช้สีส้มแทนในแผนผัง
4. ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ใช้สีแดงแทนในแผนผัง
5. ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมเฉพาะกิจ ใช้สีม่วงอ่อนแทนในแผนผัง
6. ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ใช้สีเขียวแทนในแผนผัง
7. ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ใช้สีเขียวมีกรอบเส้นทแยงสีเขียวแทนในแผนผัง

² สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, "การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),"2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

8. ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ใช้สื่อน้ำตาลอ่อนแทนในแผนผัง
9. ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อนันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ใช้สีเขียวอ่อนแทนในแผนผัง
10. ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ใช้สีฟ้าแทนในแผนผัง
11. ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา ใช้สีเขียวมะกอกแทนในแผนผัง
12. ที่ดินประเภทสถาบันศาสนา ใช้สีเทาแทนในแผนผัง
13. ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ใช้สีน้ำเงินแทนในแผนผัง

ตารางที่ 2 ความหนาแน่นของประชากรในเขตผังเมืองรวม จำแนกตามบริเวณการใช้ประโยชน์ที่ดิน

ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	พื้นที่ทั้งหมด (ไร่)	ประชากร (คน)	ความหนาแน่นของประชากร (คน/ไร่)
อนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัย	2,782.46	8,730	3.14
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย	6,452.29	21,431	3.32
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง	1,499.02	36,156	24.12
พาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก	790.02	12,375	15.66
อุตสาหกรรมเฉพาะกิจ	567.44	721	1.27
ชนบทและเกษตรกรรม	36,676.93	24,493	0.67
อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม	8,007.82	4,641	0.58
ที่โล่งเพื่อนันทนาการและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	5,145.86	2,336	0.45
สถาบันการศึกษา	1,539.14	3,253	2.11
อนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย	11.59	0	0.00
สถาบันศาสนา	491.54	1,851	3.77

ตารางที่2 (ต่อ) ความหนาแน่นของประชากรในเขตผังเมืองรวม จำแนกตามบริเวณการใช้ประโยชน์ที่ดิน

ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	พื้นที่ทั้งหมด (ไร่)	ประชากร (คน)	ความหนาแน่น ของประชากร (คน/ไร่)
สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและ สาธารณูปการ	1,783.20	4,371	2.45
รวม	65,747.51	120,359	1.83

ที่มา:กลุ่มงานวิชาการผังเมือง สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง³

จากประโยชน์ที่ดินในอนาคตดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากการตั้งถิ่นฐานของประชากรในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร ดังนั้นจะทำให้ทางผู้วิจัยได้พื้นที่ ที่จะใช้ในการศึกษา 4 พื้นที่เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่เทศบาลเมืองสกลนครทั้งหมด โดยพื้นที่ที่ผู้วิจัยเลือกนั้นประกอบด้วย

1. ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
2. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง
3. ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย
4. ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม

ลักษณะของร้านค้าหน่วยที่ตั้งอยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดิน 4 ประเภท

ร้านค้าหน่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามประโยชน์การใช้ที่ดินของเมืองที่มีการขยายตัวออกไปจากจุดศูนย์กลางทางการค้าของเขตเมืองเดิม ทั้งในส่วนของสถานที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้าง ขนาดของร้านค้า ความเป็นมา/อายุของร้าน สินค้าที่วางขาย และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ดังต่อไปนี้

³ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่สกลนคร)

(1) **ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก** เป็นร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตใจกลางเมือง ซึ่งถือเป็นเขตการค้าเก่าแก่ของจังหวัด ลักษณะโครงสร้างของร้านจะเป็นบ้านไม้ ขนาดพื้นที่ของร้านจะมีขนาดไม่ใหญ่นักและตั้งอยู่ติดกันหลายร้าน การประกอบกิจการจะเป็นลักษณะการสืบทอดกิจการของครอบครัว ดังนั้นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่นี้จึงมีความเป็นมาที่ยาวนานมากกว่าร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทอื่นๆ เพราะเป็นเขตพื้นที่เมืองเดิมมีการตั้งถิ่นฐานมาก่อนที่จะมีการขยายตัวของเมืองออกไปในบริเวณพื้นที่รอบๆ สินค้าที่วางขายจะมีหลายประเภทรวมทั้งจะมีสินค้าที่นอกเหนือจากเครื่องอุปโภค-บริโภคที่เป็นสินค้าพื้นฐานที่มีวางขายภายในร้านค้าโชห่วย ลักษณะของลูกค้าของร้านจะเป็นผู้คนที่อาศัยอยู่ในละแวกชุมชนที่ร้านค้าโชห่วยตั้ง อยู่ทั้งเด็กและผู้ใหญ่

(2) **ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง** เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่บริเวณส่วนขยายของเมืองที่เป็นแหล่งที่พักอาศัยของชุมชนเมืองเดิม ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งในเขตพื้นที่นี้ที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ราชการ โรงเรียนและสถานที่สำคัญต่างๆ ลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทนี้จะมีลักษณะโครงสร้างเป็นบ้านไม้ สินค้าที่วางขายภายในร้านจะเน้นสินค้าประเภทขนม และเครื่องดื่ม ลักษณะของลูกค้าจะเป็นกลุ่มเด็กไปจนถึงวัยรุ่นเพราะร้านค้าจะตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่เป็นศูนย์รวมกลุ่มวัยรุ่น เช่นโรงเรียน และสนามกีฬา

(3) **ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย** เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่บริเวณส่วนขยายของเมืองตามแนวเส้นทางการคมนาคมทางทิศเหนือ เป็นพื้นที่รอยต่อระหว่าง 2 ตำบลคือตำบลธาตุเชิงชุมและตำบลธาตุนาเวง ที่ถูกกำหนดให้เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของจังหวัด เนื่องจากเป็นสถานที่ตั้งของสถาบันการศึกษาตั้งแต่โรงเรียนระดับประถมจนถึงระดับมหาวิทยาลัย รวมทั้งหน่วยงานราชการต่างๆ ทำให้มีการปลูกสร้างที่อยู่อาศัย การค้าและพาณิชยกรรมเกิดขึ้นบริเวณนี้เพื่อรองรับและให้บริการแก่นักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ ลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยในบริเวณนี้จะเป็นอาคารพาณิชย์ตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก (ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี) และมีลักษณะการดำเนินงานของร้านคล้ายคลึงกับรูปแบบการขายของร้านสะดวกซื้อ คือมีการจัดสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ มีการตกแต่งร้านให้ดูสวยงาม และมีการนำเครื่องคิดราคาสินค้าที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในร้านเพื่อความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งสินค้าที่วางขายภายในร้านจะมีหลากหลายประเภทและมีปริมาณสินค้าภายในร้านมากเพื่อรองรับและให้บริการแก่นักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ

(4) **ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทชนบท และเกษตรกรรม** พื้นที่ดินประเภทนี้จะมีความใหญ่ที่สุดในเขตเทศบาลเมืองสกลนครบริเวณทิศตะวันตก ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งในเขตพื้นที่นี้จะตั้งอยู่ในชุมชน/หมู่บ้านที่ยังคงความเป็นชุมชนแบบชนบทดั้งเดิมที่มีประชากรอยู่อาศัยไม่หนาแน่น ทำให้ร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่นี้มีน้อย โดยใน 1 ชุมชน/หมู่บ้าน จะมีร้านค้าโชห่วยตั้งอยู่เพียง 1-3 ร้านเท่านั้น ลักษณะโครงสร้างของร้านจะเป็นบ้านไม้และมีบริเวณพื้นที่กว้างทำให้สามารถขยายพื้นที่ของร้านค้าได้ง่ายกว่าร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทอื่น สินค้าที่วางขายภายในร้านมีไม่มากสินค้าที่วางขายจะเป็นสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคเป็นหลักและจะขายสินค้าประเภทอื่นเพิ่มเติมบ้าง ลูกค้าของทางร้านโดยส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชน/หมู่บ้าน

จากการสำรวจร้านค้าโชห่วยที่ตั้งตามประโยชน์การใช้ที่ดินในแต่ละพื้นที่ ทำให้ทางผู้วิจัยทราบถึงลักษณะของร้านค้าโชห่วยที่ล้วนแต่มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ดังนั้นในการเก็บข้อมูลทางผู้วิจัยจะใช้การเลือกประชากรในการสัมภาษณ์โดยเลือกผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก จำนวน 1 คน เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง จำนวน 1 คน เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย จำนวน 2 คน โดยสาเหตุที่ทางผู้วิจัยเลือกตัวแทนของร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินในพื้นที่นี้ จำนวน 2 คน เพราะเป็นเขตพื้นที่ 2 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลธาตุเชิงชุม และตำบลธาตุนาเวง และเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญเติบโตมากที่สุดของเทศบาลเมืองสกลนครในปัจจุบัน และเขตที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม จำนวน 1 คน ซึ่งจะทำให้ทางผู้วิจัยได้กลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย ดังต่อไปนี้

3.1.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1. **ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย** ทางผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรจากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตการใช้ที่ดินทั้ง 4 ประเภท และต้องจดทะเบียนการค้าและเสียภาษีภายใต้ชื่อร้านค้าประเภทสะสมอาหารในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร สกลนคร ซึ่งในปัจจุบันมีร้านค้าที่เสียภาษีประเภทนี้ทั้งหมด 106 ร้าน⁴ โดยร้านค้าทั้ง 106 ร้านนี้ทางกองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

⁴ สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่กองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร, 29 กรกฎาคม 2549.

1. ร้านสะดวกซื้อ 9 ร้าน
 2. ร้านร้านค้าที่มีขนาดพื้นที่มากกว่า 200 ตารางเมตร 4 ร้าน
- ร้านค้าประเภทนี้จัดอยู่ในประเภทของห้างสรรพสินค้า อันประกอบด้วย ห้างแมคโคร ห้างเทสโก้ โลตัสและห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น
3. ร้านค้าที่จัดอยู่ในประเภทร้านค้าโชห่วย 93 ร้าน

โดยร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามประโยชน์การใช้ที่ดินของเมืองที่มีการขยายตัวออกไปจากจุดศูนย์กลางทางการค้าของเขตเมืองเดิม ทั้งในส่วนของสถานที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้าง ขนาดของร้านค้า ความเป็นมา/อายุของร้าน สินค้าที่วางขาย และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

เมื่อทางผู้วิจัยทราบถึงลักษณะของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งตามประโยชน์การใช้ที่ดินในแต่ละพื้นที่แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ให้โควต้ากับผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยตามประโยชน์การใช้ที่ดินที่ทั้ง 4 ประเภทโดยจะให้โควต้าผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก จำนวน 1 คน เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง จำนวน 1 คน เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย จำนวน 2 คน โดยสาเหตุที่ทางผู้วิจัยให้โควต้าร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินในพื้นที่นี้ จำนวน 2 คน เพราะเป็นเขตพื้นที่ที่มี 2 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลธาตุเชิงชุม และตำบลธาตุนาเวง และเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญเติบโตมากที่สุดของเทศบาลเมืองสกลนครในปัจจุบัน และเขตที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม จำนวน 1 คน ซึ่งจะทำให้ทางผู้วิจัยได้กลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย ดังต่อไปนี้

(1) ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ใช้สัญลักษณ์สีแดงในแผนผังเพื่อเป็นการแสดงเขตพื้นที่ โดยร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกนั้นจะเป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนเมืองเดิมที่ถือเป็นย่านการค้าเก่าแก่ของจังหวัดที่อยู่ในกำแพง-คูเมือง และมีการปลูกสร้างบ้านเรือนอย่างหนาแน่น ร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกให้เป็นตัวแทนในเขตพื้นที่นั้นจะเป็นร้านค้า โชห่วยแบบดั้งเดิมที่เปิดให้บริการมากกว่า 40 ปี

(2) ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ใช้สัญลักษณ์สีส้มในแผนผังเพื่อเป็นการแสดงเขตพื้นที่ โดยร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกนั้นจะเป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในย่านที่พักอาศัยของชุมชนเมืองเดิม อยู่ใกล้โรงเรียนและสถานที่ราชการ โดยร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกให้เป็นตัวแทนในเขตพื้นที่นั้นจะเป็นร้านค้าโชห่วยแบบดั้งเดิมที่เปิดให้บริการมาแล้ว 21 ปี

(3) ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ใช้สัญลักษณ์สีเหลืองในแผนผังเพื่อเป็นการแสดงเขตพื้นที่ ซึ่งเขตที่ดินประเภทนี้ทางผู้วิจัยจะทำการเลือกผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย จำนวน 2 คน โดยเลือกผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลธาตุเชิงชุม จำนวน 1 คน และผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในตำบลธาตุนาเวง จำนวน 1 คน รวม 2 คน โดยร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกนั้นจะเป็นร้านค้าโชห่วยที่มีลักษณะของร้านเป็นแบบกึ่งร้านสะดวกซื้อ คือมีลักษณะการจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบ มีป้ายแสดงราคาของสินค้า มีเครื่องคิดราคาสินค้า และมีการจ้างลูกจ้าง ซึ่งร้านค้าโชห่วยที่ อยู่ในพื้นที่ตำบลธาตุเชิงชุมนั้นเปิดให้บริการมาแล้ว 8 ปี และในส่วนของร้านค้าโชห่วยอยู่ในตำบลธาตุนาเวงนั้นเปิดให้บริการมาแล้ว 16 ปี

(4) ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ใช้สัญลักษณ์สีเขียวในแผนผังเพื่อเป็นการแสดงเขตพื้นที่ โดยสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกนั้นทางสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองได้กำหนดให้เป็นเขตพื้นที่รอบนอกสุดของผังเมืองรวมเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองในอนาคต เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ภายในชุมชนขนาดเล็ก และร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยเลือกให้เป็นตัวแทนในเขตพื้นที่นั้นจะเป็นร้านค้าโชห่วยแบบดั้งเดิมที่เปิดให้บริการมาแล้ว 9 ปี

ร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยได้เลือกมาทั้ง 5 ร้านค้าจะเป็นร้านค้าโชห่วยแบบดั้งเดิม และเป็นร้านค้าโชห่วยที่มีลักษณะคล้ายร้านสะดวกซื้อและทุกร้านล้วนแต่เปิดให้บริการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี ทั้งนี้เพราะทางผู้วิจัยต้องการทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยก่อนการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าในเขตพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสกลนครเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันว่าร้านค้าโชห่วยมีการปรับตัวเช่นไรจึงทำให้ร้านค้ายังคงอยู่รอดในสถานการณ์ปัจจุบันได้

2. **ลูกค้าร้านค้าโชห่วย** ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ทางผู้วิจัยเลือกลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านตามประโยชน์การใช้ที่ดิน 4 ประเภทที่ทางผู้วิจัยได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา และทางผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าของร้านค้าโชห่วยทั้งในเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนในการเลือกประชากรที่เป็นกลุ่มลูกค้าของร้านค้าโชห่วย ดังต่อไปนี้

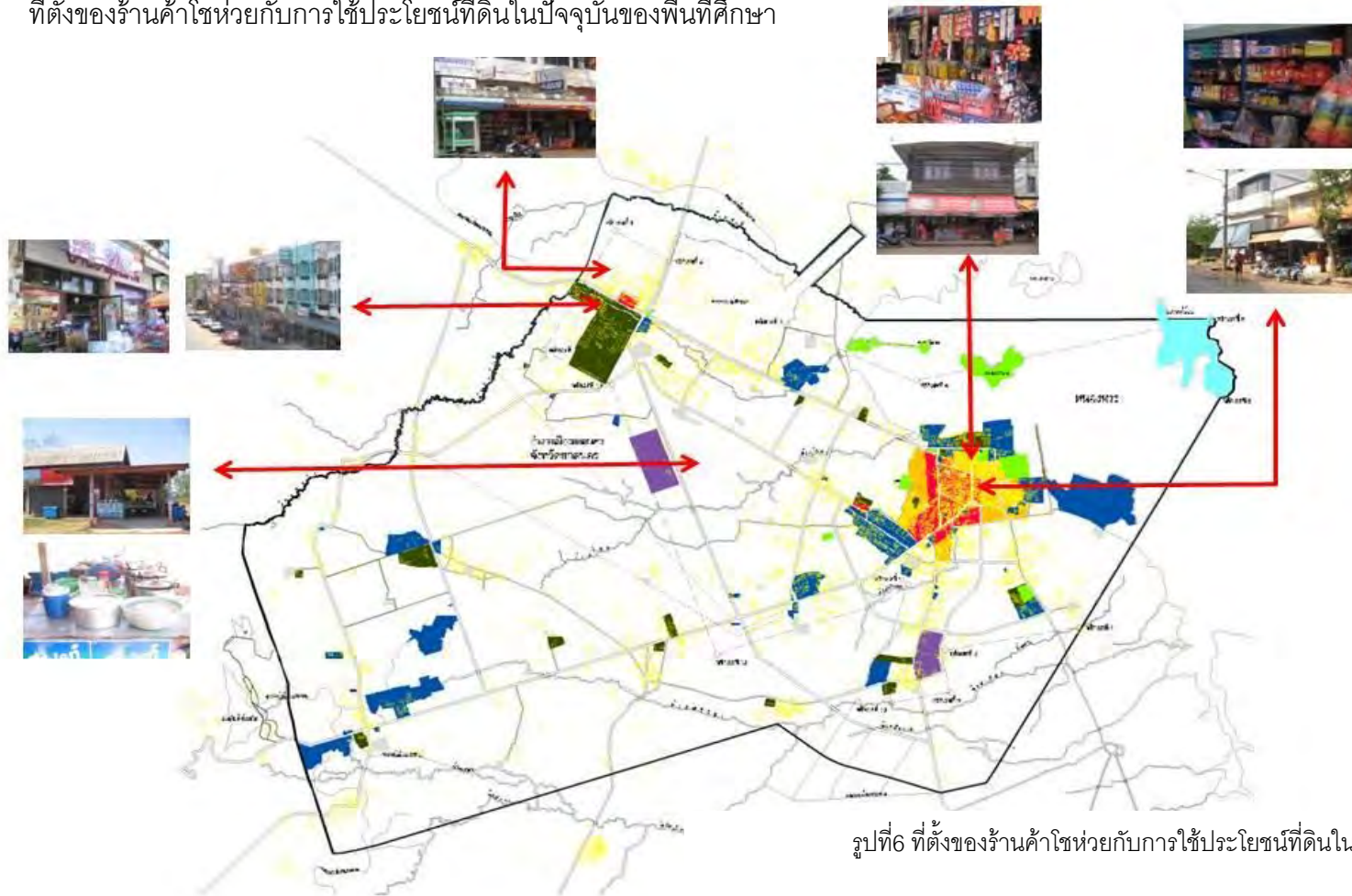
(1). ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยให้โควต้า กับลูกค้าร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า โดยกำหนดสัดส่วนไปร้านค้าละ 20 คน จากนั้นทางผู้วิจัยจะเลือกลูกค้าเพื่อทำการตอบแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และจากการเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามของลูกค้าทั้งหมด จำนวน 100 คน

(2). ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มลูกค้าในการสัมภาษณ์จากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าถึงระดับความถี่ในการเข้าไปใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำมาประกอบในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ โดยทางผู้วิจัยจะแบ่งระดับความถี่ในการเข้าไปใช้บริการของลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

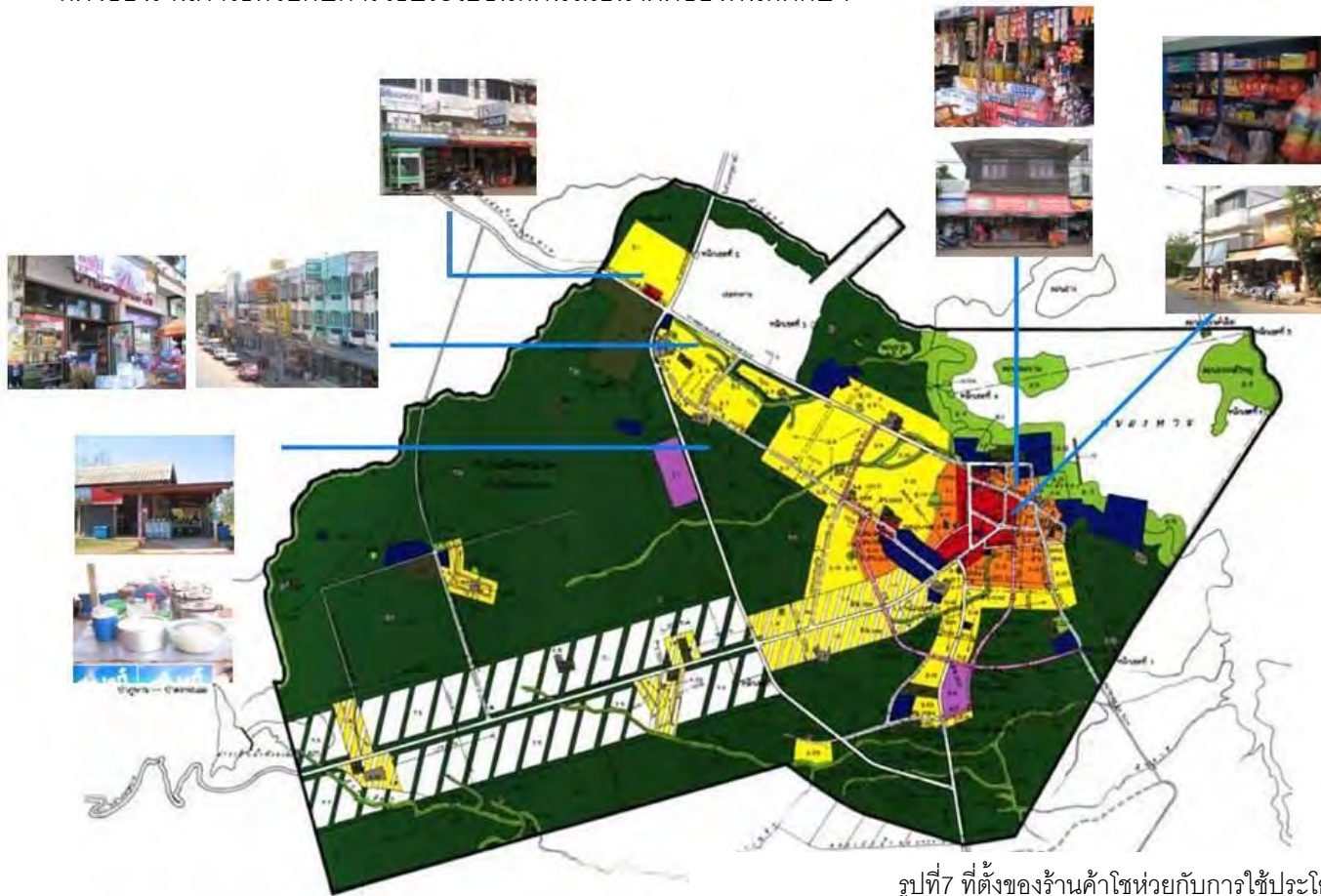
- (1). ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ
- (2). ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว
- (3). ลูกค้าที่นานๆครั้งจึงมาใช้บริการ

เนื่องจากระดับความถี่ที่ลูกค้าเข้าไปใช้บริการร้านที่โชห่วยเป็นประจำ เป็นครั้งคราว และนานๆจึงจะมาใช้บริการ ของแต่ละร้านค้าโชห่วยจะไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้ทำการวิจัยจะให้ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยเป็นผู้เลือกลูกค้าจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าร้านค้าโชห่วยมาประกอบ เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลความถี่ในการเข้าไปใช้บริการที่ร้าน และผู้วิจัยจะใช้วิธีเช่นเดียวกันนี้กับทุกพื้นที่ที่ทำการศึกษา ดังนั้นจะทำให้ผู้วิจัยได้กลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านจำนวน 15 คน และเมื่อทราบถึงข้อมูลในส่วนของลูกค้าแล้วนั้นผู้วิจัยจะได้ทำการสัมภาษณ์ในลำดับต่อไป

ที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบันของพื้นที่ศึกษา



ที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตของพื้นที่ศึกษา



รูปที่ 7 ที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ผู้วิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาดังต่อไปนี้

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ในส่วนของขั้นตอนการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม นั้น ในขั้นแรกผู้ทำการจะทำการออกแบบแบบสอบถามเพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าโชห่วย ว่ามาใช้บริการบ่อยแค่ไหน เดินทางมาใช้บริการอย่างไร และสินค้าส่วนมากที่ซื้อคือสินค้าประเภทไหน เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเช่นนี้ เมื่อผู้วิจัยออกแบบสอบถามในขั้นแรกเสร็จแล้ว จะนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) ก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ก็เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงจะนำคำถามและคำตอบที่ยังไม่สมบูรณ์มาปรับปรุง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจริง ซึ่งในการทดสอบแบบสอบถามนั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการทดลองเก็บข้อมูลในพื้นที่ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง เป็นพื้นที่ในการทดลองสอบถาม โดยจะใช้จำนวนแบบสอบถามจำนวน 20 ชุดตัวอย่าง

เมื่อทางผู้ทำการได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ถูกต้องแล้วนั้น ผู้วิจัยก็จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจริง จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วย ที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ทั้ง 5 ร้าน จาก 4เขตประโยชน์การใช้ที่ดิน หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเรียบร้อยแล้วนั้น ผู้วิจัยก็จะนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ต่อไป

3.2.2 แนวคำถาม ในส่วนของแนวคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามขึ้นมา 2 ประเภทคือ แนวคำถามสำหรับใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย และแนวคำถามสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าโชห่วย

โดยแนวคำถามที่ใช้จะครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของร้านค้าโชห่วย และบทบาทของร้านค้าโชห่วยตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบันทั้ง 5ร้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. การเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยในด้านของลักษณะทางกายภาพ สินค้าที่วางขาย รูปแบบการให้บริการ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจและสังคมของร้านค้าโชห่วย
3. ผลกระทบเชิงบวกและลบ ที่ทางร้านได้รับมาจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้า และจากปัจจัยในด้านอื่นๆ

4. ข้อดี ข้อเสีย ของร้านค้าโชห่วย
5. แนวทางการปรับตัวของร้านค้าโชห่วย เมื่อมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นภายในร้าน
6. สาเหตุและปัจจัยใดบ้างที่ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่รอดได้ในสภาวะปัจจุบัน
7. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างร้านที่มีต่อชุมชน
8. ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาร้านค้าโชห่วย ให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป

3.2.3 แผนที่/แผนผัง ผู้วิจัยได้นำแผนที่ประโยชน์การใช้ที่ดิน และแผนที่แบ่งเขตชุมชน ทั้ง 39 ชุมชน มาใช้ในการประกอบเพื่อให้ทราบถึงว่าร้านค้าโชห่วยที่ทางผู้วิจัยได้เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างมีที่ตั้งอยู่ในชุมชนใด และเป็นพื้นที่ที่ทางสำนักงานโยธาธิการจังหวัดจัดให้อยู่ในประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทใดในปัจจุบัน

3.2.4 สมุดบันทึกและเครื่องบันทึกเสียง ผู้วิจัยจะใช้สมุดจดบันทึก ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ในด้านของลักษณะทางกายภาพของร้านค้าโชห่วยและร้านสะดวกซื้อ จะใช้สมุดบันทึก และเครื่องบันทึกเสียงร่วมกัน ในการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย และลูกค้าร้านค้าโชห่วยที่เป็นกลุ่มประชากร ทั้ง 5 ร้าน

3.2.5 กล้องถ่ายภาพ ผู้วิจัยจะใช้กล้องถ่ายภาพในการบันทึกภาพของลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของร้าน การจัดวางสินค้า และถนนที่ใช้ในการเดินทางเขาถึงร้าน เพื่อนำมาประกอบในการบรรยายถึงลักษณะทางกายภาพของร้านโดยรวมทั้งหมด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเรื่องการปรับตัวและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.3.1 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยจะทำการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจากร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านและร้านสะดวกซื้อดังต่อไปนี้

(1). **ร้านค้าโชห่วย** ผู้วิจัยจะสังเกตร้านค้าโชห่วยถึงสภาพทางกายภาพของร้านค้าโชห่วยทั้งในด้านสถานที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้างของร้าน ขนาดพื้นที่ของร้าน การจัดวางสินค้าและการเดินทางเข้าถึง

(2). **ร้านสะดวกซื้อ** ผู้วิจัยสังเกตถึงลักษณะทางกายภาพ ในด้านสถานที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้างของร้าน ขนาดพื้นที่ของร้าน การจัดวางสินค้า การเดินทางเข้าถึง เช่นเดียวกับร้านค้าโชห่วยและเพิ่มในส่วนของการสังเกตในส่วนของการพฤติกรรม การซื้อสินค้าของลูกค้า สินค้าที่วางขายภายในร้าน และรูปแบบการให้บริการของร้านที่ถือเป็นข้อได้เปรียบของร้านสะดวกซื้อ

ขั้นตอนในส่วนของการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนี้ทางผู้วิจัยจะทำการสังเกตจากพื้นที่ก่อนแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการจดบันทึกในภายหลัง เพื่อนำไปใช้ประกอบในส่วนของการวิเคราะห์ลำดับต่อไป

3.3.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มลูกค้า ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยในแต่ละเขตพื้นที่ประโยชน์การใช้ที่ดินทั้ง 5 ร้าน โดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า ร้านค้าละ 20 ชุด รวม 100 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในส่วนของคุณลักษณะพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้า-บริการร้านค้าโชห่วย และเพื่อตรวจสอบความถี่ในการเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยของลูกค้าว่าใน 1 สัปดาห์ ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยกี่ครั้ง เพื่อหาตัวแทนของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยต่อไป

3.3.3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย การเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยนั้น ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลโดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย ทั้ง 5 ร้าน และสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยในแต่ละร้านถึงความถี่ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน ว่า ลูกค้าทั้ง 20 คนที่ได้ทำการตอบแบบสอบถามนั้น ลูกค้าคนใดที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านเป็นประจำ คนใดมาใช้บริการแบบครั้งคราว และคนใดมาที่นานๆจะมาใช้บริการที่ร้าน ทั้งนี้ก็เพื่อผู้วิจัยจะได้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงว่า ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามคนใดจะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยในแต่ละพื้นที่ ที่ทำการศึกษา

3.3.4 การสัมภาษณ์ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าร้านค้าโชห่วยในแต่ละเขตพื้นที่นั้น ทางผู้วิจัยจะทำการคัดเลือก ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือนานๆครั้ง โดยจะดูจากแบบสอบถามที่ลูกค้าได้ทำการตอบในข้อของความถี่ที่เข้ามาใช้บริการต่อสัปดาห์ ประกอบกับการสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยถึงความถี่ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วย ว่าถูกต้องหรือไม่และเมื่อได้รับคำยืนยันจากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยแล้วนั้นผู้วิจัยจะได้ทำการสัมภาษณ์กับลูกค้าร้านค้าโชห่วย โดยการใช้แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าร้านค้าโชห่วย เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านในแต่ละเขตพื้นที่นั้น ทางผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือ คือ สมุดจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป มาใช้ประกอบในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้ทำการศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากลูกค้า 100 คน มาประมวลผล โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การทำตารางไขว้ (Crosstab) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่าง เพศและอายุ ต่อความถี่ในการเข้าไปซื้อสินค้า-บริการ และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าโชห่วย จากนั้นนำผลที่ได้มาอภิปรายโดยใช้วิธีการบรรยายเชิงพรรณนา เพื่อใช้ร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ในลำดับต่อไป

3.4.2 ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสังเกตสภาพทางกายภาพของร้านค้าโชห่วย และร้านสะดวกซื้อ ถึงลักษณะโครงสร้างของร้าน แหล่งที่ตั้ง การเดินทางเข้าถึง การจัดวางสินค้า และสินค้า-บริการของร้าน จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้นำมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากเจ้าของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า

3.4.3 ข้อมูลที่มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

จากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย และจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้นทางผู้วิจัยจะใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ โดยแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะมี 2 ชุดคือแนวคำถามที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มที่เป็นเจ้าของร้านค้าโชห่วย และแนวคำถามที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วยจะเป็นแนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และการปรับตัวของร้านเพื่อความอยู่รอด และในส่วนของแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลูกค้าร้านค้าโชห่วยนั้นจะเป็นแนวคำถามที่เกี่ยวกับการเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วย ในส่วนของการเดินทางและการซื้อสินค้า-บริการของลูกค้า จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแยกประเภทตามประเด็นที่ทำการศึกษาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- (1). ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
- (2). ข้อมูลที่เกี่ยวกับบทบาทของร้านค้าโชห่วยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน
- (3). ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลกระทบที่มาจากห้างสรรพสินค้าและผลกระทบด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วย
- (4). ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของร้านค้าโชห่วย และลูกค้าของร้านค้าโชห่วย
- (5). ข้อมูลที่เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวของร้านค้าโชห่วย
- (6). ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยทำให้ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่รอดได้
- (7). ข้อมูลที่เกี่ยวกับทิศทางและอนาคตของร้านค้าโชห่วย

เมื่อทำการแยกประเภทของข้อมูลทั้งหมดแล้วนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีย่านกลางในการวิเคราะห์ถึงขนาดของร้าน/ทำเลที่ตั้ง และปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าโชห่วยอยู่รอดได้ใช้ความรู้ทางด้านการค้า วิเคราะห์ถึงความเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยว่าบทบาทของร้านค้าโชห่วยจากอดีตจนถึงปัจจุบันว่ามีการเปลี่ยนแปลง และมีแนวทางการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยอย่างไร และเมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจนครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วนั้นจึงจะทำการเขียนรายงานในลำดับต่อไป

บทที่ 4

ความเป็นมาและการปรับบทบาทของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาล เมืองสกลนคร

4.1 พัฒนาการทางการค้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

ธุรกิจการค้าปลีกนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน การค้าปลีกในยุคแรกๆ นั้นจะเป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเองระหว่างคนในชุมชนและต่างชุมชน ต่อมาการค้าก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในรูปแบบให้มีความทันสมัยขึ้นเพื่อสอดคล้องกับบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกิจการค้าปลีกของไทยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนที่สุดนับตั้งแต่ประเทศไทยได้มีการเปิดรับเอาแนวการค้าแบบธุรกิจแบบการค้าเสรีเข้าสู่ระบบสังคมไทย ทำให้ทุนจากต่างชาติเริ่มเข้ามามีบทบาทในระบบเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้น และได้ขยายตัวลงสู่ระดับชุมชนเล็กๆ ของไทยอีกด้วย

หลังจากที่ประเทศไทยได้เปิดโอกาสให้ทุนจากต่างชาติเข้ามามีบทบาทกับระบบเศรษฐกิจของประเทศภายหลังจากที่ประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 ทำให้เกิดธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ นั่นคือการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าแบบเน้นราคาถูก (Discount store) เช่น เทสโก้-โลตัส แมคโคร บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และคาร์ฟู เป็นต้น ซึ่งจากการรุกคืบเข้ามาของห้างสรรพสินค้าเพื่อขยายสาขาเช่นนี้ก็ส่งผลให้รูปแบบการค้าของไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงไป ในระยะแรกของการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้านั้นจะเริ่มจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงก่อนแล้วค่อยๆ ขยายสาขาออกไปตามต่างจังหวัดที่มีฐานะเป็นหัวเมืองสำคัญ เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา เป็นต้น ระยะต่อมาห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ยังได้ขยายสาขาออกสู่จังหวัดเล็กๆ ต่างๆ อีกมากมาย เรียกได้ว่าห้างสรรพสินค้าแบบ Discount store ที่เน้นการขายสินค้าราคาถูก คุณภาพปานกลาง ลูกค้าน่าหมายจะเป็นผู้มีรายระดับกลาง ในประเทศไทยมี 2 รูปแบบคือ ร้านค้าตามแนวคิดของอเมริกา ที่เน้นการขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นหลัก รวมทั้งเครื่องใช้ไม้สอย และอาหาร เป็นสินค้าเสริม ตัวอย่างเช่น บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

เทสโก้-โลตัส และร้านค้าตามแนวคิดของยุโรป ที่มีข้อแตกต่างที่ร้านค้าตามแนวคิดของยุโรปจะเน้นขายสินค้าประเภทอาหารและจำหน่ายเสื้อผ้า และเครื่องใช้ที่เป็นสินค้าเสริมตัวอย่างเช่นห้างคาร์ฟูเป็นต้น¹ ซึ่งห้างสรรพสินค้าเหล่านี้กระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทยแล้วในปัจจุบัน

จากการรุกคืบเข้ามาของห้างสรรพสินค้าแบบ Discount store ผู้ระบบเศรษฐกิจของไทยนั้นก็ทำให้ระบบการค้าของไทยเกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในส่วนของระดับประเทศ และระดับล่างหรือระดับชุมชน ในส่วนของระดับประเทศนั้นก็จะเป็นการที่ทุนข้ามชาติเข้ามามีบทบาทกับเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และในส่วนของระดับล่างหรือระดับชุมชนนั้นก็ส่งผลต่อการค้าภายในชุมชนที่มีมาแต่ดั้งเดิมนั้นก็คือ ร้านค้าโชห่วยที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีมาช้านานทำให้ร้านค้าโชห่วยต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในปัจจุบัน

ร้านค้าโชห่วยเทศบาลเมืองสกลนครมีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่หากเป็นไปอย่างช้าๆ โดยพัฒนาการทางการค้าของจังหวัดสกลนครจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ตามการรุกเข้ามาของร้านค้าแบบสมัยใหม่สู่จังหวัดสกลนคร ซึ่งในยุคแรกนั้นจะเป็นยุคของการค้าแบบดั้งเดิมสถานที่ในการค้าขายจะมีเพียงร้านค้าโชห่วย ตลาดสด และซุเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น ช่วงที่ 2 จะเป็นยุคการรุกเข้ามาของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ที่เริ่มต้นขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2539 เรื่อยมาจนปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 จากอดีต ถึงปีพ.ศ. 2538 เป็นยุคของการค้าปลีกแบบดั้งเดิมของชุมชน โดยร้านค้าโชห่วยจะตั้งกระจายอยู่ทั่วทุกชุมชน ลักษณะทางกายภาพของร้านจะมีลักษณะเป็นที่พักอาศัยถึงร้านค้า และเจ้าของร้านค้าโชห่วยก็จะเป็นผู้อาศัยอยู่ในชุมชนนั่นเอง ดังนั้นจึงทำให้ทั้งฝ่ายของเจ้าของร้านค้าโชห่วย และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างมีความสนิทสนมคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ลักษณะการดำเนินงานบริหารร้านจะเป็นการบริหารจัดการแบบไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในระดับสูงนัก แต่หากอาศัยความคุ้นเคย และความชำนาญต่ออาชีพที่ทำมาช้านาน ในส่วนของการนำสินค้ามาวางขายภายในร้านนั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะนำสินค้าต่างๆมาจากร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด ตลาดสด และจากหน่วยรถขายของบริษัทต่างๆ มาวางขายให้กับลูกค้าที่ถือว่าเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย

¹ ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา, “การค้าส่งค้าปลีกไทย (รายงานทิศทางการเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าภายในประเทศ)”, มีนาคม 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

วงจรของการค้าปลีกเช่นนี้ถือเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของสังคมไทยที่ผู้คนที่มีความเกี่ยวข้องกัน และอยู่ร่วมชุมชนเดียวกันจะต้องให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของคนที่คนในชุมชนซื้อสินค้าจากร้านค้าโชห่วย เพื่อให้เจ้าของร้านมีเงินทุนเพื่อหมุนเวียนภายในร้าน หรือจะเป็นในส่วนของคนที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยให้โอกาสคนในชุมชนซื้อสินค้าแบบสินเชื่อในกรณีที่ถูกค้าไม่มีเงินสด แต่หากมีความต้องการในการใช้สินค้า ซึ่งการกระทำเช่นนี้จะทำให้ลูกค้าไม่เสียโอกาสในการใช้สินค้านั้นๆ เงื่อนไขของการให้บริการเช่นนี้ก็มาจากพื้นฐานความไว้วางใจซึ่งกันและกันที่ถือเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของสังคมไทย หรือจะเป็นในส่วนของคนที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนในการพัฒนาชุมชนที่อยู่ ไม่ว่าจะเป็นการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กในชุมชน การพัฒนาชุมชนเพื่อความสะอาดและเป็นระเบียบ ตลอดจนการทำนุบำรุงศาสนาในเรื่องของการให้ความช่วยเหลือตามเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ ที่เป็นกิจกรรมภายในชุมชน

สินค้าที่ทางร้านค้าโชห่วยวางขายภายในร้านโดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน เช่นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เครื่องอุปโภค-บริโภค และอาหารปรุงสำเร็จ ซึ่งได้ว่าเพียงพอต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของคนในชุมชนที่อยู่ในละแวกของร้านค้าโชห่วย อีกทั้งสินค้าที่มีวางขายภายในร้านค้าโชห่วยทุกประเภทก็ล้วนแต่เป็นสินค้าที่ขายดีทั้งสิ้น เพราะทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยมักจะนำสินค้าต่างๆ มาวางขายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยจะทำได้ ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในชุมชนเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจในด้านของการซื้อขายของชุมชน เพราะร้านค้าโชห่วยเป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของเครื่องอุปโภค-บริโภคไว้ในที่แห่งเดียว โดยสินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นถือได้ว่าเป็นการแสดงออกซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะสินค้าต่างๆ ก็ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการของคนในชุมชนทั้งสิ้น แสดงให้เห็นซึ่งค่านิยม และวิถีชีวิตของคนภายในชุมชนด้วย

ช่วงที่ 2 ปีพ.ศ. 2539-พ.ศ. 2546 ในช่วงปีพ.ศ. 2539 เป็นช่วงการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) สาขาแรกในเขตจังหวัดและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในด้านรูปแบบการให้บริการที่ ถือเป็นจุดขายของร้าน ไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับของพนักงาน เครื่องคิดราคาสินค้าที่ทันสมัย การเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง แต่ในด้านสินค้าที่มีวางขายภายในร้านสะดวกซื้อ (เซเว่น-อีเลฟเว่น) กลับขายได้เพียงบางชนิดเท่านั้น เช่น เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว แต่สินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภค ที่มีวางขายภายในร้านนั้นกลับไม่ได้รับความนิยมจากทางลูกค้านักเพราะราคาสินค้าจะสูงกว่าร้านค้าโชห่วย ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต และจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

เด็กที่มีเจ้าของเป็นคนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงทำให้ร้านโชห่วยในเขตเมืองสกลนครไม่ได้รับผลกระทบ เพราะผู้คนยังคงซื้อสินค้าเพื่อการยังชีพจากร้านค้าโชห่วยเช่นเดิม

ช่วงที่3 ปีพ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน เป็นยุคที่มีการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้าอย่างรวดเร็วถึง 3 ห้างภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี และนอกเหนือจากการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้าแล้วนั้น ก็ยังมีการขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) อีกหลายสาขา ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการรองรับต่อความเจริญของเมืองที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยห้างสรรพสินค้าแรกที่ก่อตั้งในเขตเมืองสกลนครนั้นจะเป็นห้างแมคโคร เมื่อเดือนมีนาคม ปีพ.ศ. 2547 และในปีถัดมา ห้างเทสโก้-โลตัส เปิดให้บริการในช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 และในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548 ห้างบิ๊กซี-ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ก็เปิดให้บริการเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งที่3 ตามลำดับ และสถานที่ตั้งของห้างสรรพสินค้าทั้ง 3 แห่งล้วนแต่มีการก่อตั้งอยู่ในเขตที่ถือว่าเป็นศูนย์กลางหลักที่มีบทบาทความสำคัญในระดับจังหวัด ทั้งในด้านการบริหารราชการ การพาณิชย์กรรม การคมนาคมขนส่ง และการบริการของจังหวัด ซึ่งจากการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้า และจากร้านสะดวกซื้อเช่นนี้ก็ ได้ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมที่เคยเป็นมา รวมถึงมีการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น เพราะการค้ารูปแบบใหม่มีสินค้าและบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่าร้านค้าโชห่วยที่มีอยู่ในชุมชน ดังนั้นจึงทำให้บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยที่เคยมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนได้ลดบทบาทลงไป โดยบทบาทด้านเศรษฐกิจของร้านค้าโชห่วยจากที่เคยเป็นศูนย์กลางทางการค้าขายที่สำคัญของชุมชน มีสินค้าเพื่อการดำรงชีพมากมายหลายอย่างที่เคยขายดีในอดีตไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภค และอาหารแห้งก็ขายได้น้อยลง สินค้าที่ขายดีที่ร้านค้าโชห่วยในปัจจุบันจะเป็นสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม สุรา เบียร์ สาเหตุที่สินค้าเหล่านี้กลายเป็นสินค้าขายดีเพราะลูกค้าสามารถซื้อสินค้าจากร้านค้าโชห่วยได้ตลอดเวลา เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยไม่ได้ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับในเรื่องของช่วงเวลาและช่วงอายุของลูกค้าในการซื้อขายสินค้า อีกทั้งสินค้าประเภทนุหรี สุรา และเบียร์ ก็เป็นที่นิยมของกลุ่มเด็กนักเรียน-นักศึกษาบางรายที่อายุยังไม่ถึงเกณฑ์ที่จะซื้อสินค้าได้นิยมซื้อกันมากกว่าที่ร้านค้าโชห่วย

4.2 ความเป็นมาของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

ร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมีความเป็นมาเริ่มต้นจากการเปิดขายสินค้าเล็กๆน้อยๆตามบริเวณพื้นที่ว่างด้านหน้าของที่พักอาศัยของผู้คนที่ในละแวกชุมชน ในระยะแรกนั้นเจ้าของร้านโชห่วยก็จะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนเองจะประกอบอาชีพค้าขายเป็นอาชีพหลักเพียงอาชีพเดียวของครอบครัวไม่มีการประกอบอาชีพเสริมอื่น ในการดำเนินงานการบริหารร้านของเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่พบเห็นอยู่ทุกวัน สินค้าที่มีวางขายนั้นจะมีทั้งอาหารสด จำพวกผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน และอาหารแห้ง เป็นต้น ซึ่งแหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาวางขายภายในร้านจะมาจากตลาดสดประจำจังหวัดเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันการประกอบอาชีพของเจ้าของร้านค้าโชห่วยได้เปลี่ยนแปลงไปเพราะในปัจจุบันความเป็นมาของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมาจากหลายสาเหตุและจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วยถึงสาเหตุในการเลือกประกอบอาชีพเปิดร้านค้าโชห่วยมีดังต่อไปนี้

1. **กิจการร้านค้าโชห่วยเป็นอาชีพดั้งเดิมของครอบครัว** เป็นการประกอบอาชีพของเจ้าของร้านค้าโชห่วยที่มีการสืบทอดกิจการของบิดา-มารดา และส่งต่ออาชีพมาสู่รุ่นลูกให้เป็นผู้ดูแลกิจการแทน การดำเนินงานจะอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์การค้าขายที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยมีการสะสมประสบการณ์มานาน รูปแบบการบริหารจัดการของเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะเป็นแบบดั้งเดิมแต่จะมีการปรับปรุงร้านค้าให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้าโชห่วยประเภทนี้ยังคงอยู่รอดได้จากอดีต ร้านค้าโชห่วยที่มีการสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่นเช่นนี้จะเป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนเมืองเดิมทำให้ร้านค้าโชห่วยเหล่านี้จะมีอายุของมากกว่าร้านค้าที่มีความเป็นมาจากสาเหตุอื่นเพราะเปิดให้บริการมานาน เช่นร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ซึ่งร้านค้าโชห่วยที่มีความเป็นมาของร้านเช่นนี้จะเปิดให้บริการแก่ลูกค้ามาไม่ต่ำกว่า 20 ปี

2. **ประกอบเป็นอาชีพหลัก** โดยเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะทำเป็นอาชีพหลักซึ่งการประกอบอาชีพค้าขายเพื่อยังชีพเช่นนี้คล้ายกับสาเหตุในการเปิดให้บริการของร้านค้าโชห่วยในระยะแรกที่เป็นยุคของการค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเองและครอบครัว ร้านค้าโชห่วยที่เจ้าของร้านทำเป็นอาชีพหลักนี้มักจะเป็นร้านที่มีสินค้าให้เลือกมากและหลากหลายประเภท โดยการประกอบกิจการร้านค้าโชห่วยเช่นนี้จะมีทั้งแบบที่เป็นแบบดั้งเดิมที่เปิดให้บริการมานาน และร้านค้าโชห่วยรายใหม่ ซึ่งหากเป็นเจ้าของร้านค้า

โซ่ช่วยแบบดั้งเดิมนั้นการดำเนินงานของร้านจะไม่มีคามยุ่งยากซับซ้อน แต่หากเป็นเจ้าของร้านค้าโซ่ช่วยรายใหม่ก็นิยมที่จะดัดแปลงร้านค้าโซ่ช่วยของตนให้เป็นร้านค้าโซ่ช่วยที่เลียนแบบร้านสะดวกซื้อ คือมีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เช่นเครื่องคิดราคาสินค้าที่ดูทันสมัย และมีลักษณะโครงสร้างของร้านเป็นอาคารพาณิชย์ มีการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม และมีการจ้างพนักงานขายภายในร้าน

3. ประกอบเป็นอาชีพเสริม เป็นการประกอบอาชีพเพื่อเสริมรายได้ในส่วนจากรายได้ประจำของครอบครัวร่วมกับรายได้ที่มาจากการประกอบอาชีพหลัก แม้ว่ารายได้จากการประกอบกิจการร้านค้าโซ่ช่วยจะมีรายรับต่อวัน/เดือนที่ไม่สูงนัก แต่หากเป็นรายได้ที่สม่ำเสมอ โดยการประกอบอาชีพร้านค้าโซ่ช่วยเป็นอาชีพเสริมนี้ส่วนมากเจ้าของร้านจะเป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีเวลาว่างไม่มีรายได้ประจำ แต่ต้องการหาอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากรายได้หลักจากการประกอบอาชีพของสามี หรือสมาชิกในครอบครัว ดังนั้นการเปิดร้านค้าโซ่ช่วยจึงเป็นอาชีพที่นิยมมากเพราะการเปิดร้านค้าโซ่ช่วยใช้เงินในการลงทุนไม่สูง และไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะหรือการเรียนรู้ในการทำงานก็สามารถเปิดร้านค้าโซ่ช่วยได้เพราะเพียงจัดสรรพื้นที่ว่างบางส่วนของบ้านพักให้มีชั้นวางสินค้า และตู้แช่เครื่องดื่มเพียงเท่านั้นจากบ้านพักอาศัยก็กลายเป็นบ้านพักอาศัยแบบกึ่งร้านค้าเพื่อบริการแก่คนในละแวกชุมชนได้

4. ประกอบกิจการร้านค้าโซ่ช่วยเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยส่วนมากแล้วจะเป็นการเปิดร้านของผู้สูงอายุที่ว่างงาน เพราะจะได้พบปะพูดคุยกับผู้คน (ลูกค้า) ที่เข้ามาใช้บริการทำให้เจ้าของร้านค้าโซ่ช่วยรู้สึกสนุกและคลายเหงาลงไปบ้างเพราะทางเจ้าของร้านโดยรูปแบบการดำเนินการจะคล้ายกับผู้ที่ประกอบอาชีพร้านค้าโซ่ช่วยเป็นอาชีพเสริม แต่จะต่างกันตรงที่เจ้าของร้านค้าโซ่ช่วยที่เปิดร้านจากการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ไม่มุ่งเน้นกำไรจากการประกอบกิจการร้านค้าโซ่ช่วยนัก ดังที่มีผู้ประกอบการร้านค้าโซ่ช่วยได้ให้เหตุผลของการเปิดร้านค้าโซ่ช่วยว่า “ที่เปิดร้านจริงๆก็เพราะไม่มีอะไรทำ มันเหงา เพราะลูกๆก็โตกันหมดแล้ว เคยคิดว่าน่าจะหาอะไรทำแก้เหงา ก็เลยเปิดร้านนี้แหละ”² ซึ่งจากคำบอกเล่าของเจ้าของร้านดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเปิดร้านค้าโซ่ช่วยของเจ้าของร้านบางรายไม่ได้คำนึงถึงรายได้มาเป็นอันดับหนึ่ง แต่เป็นเพราะทางเจ้าของร้านค้าโซ่ช่วยต้องการพบปะพูดคุยกับผู้คนเพื่อเป็นใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และเพื่อเป็นการแก้เหงา ส่วนเรื่องของรายได้และกำไรจึงเป็นเพียงผลพลอยได้ที่ตามมาทีหลัง

² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโซ่ช่วย, 24 ธันวาคม 2550.

เห็นได้ว่าความเป็นมาของร้านค้าโชห่วยมีความเป็นมาที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้จุดประสงค์ของร้านค้าโชห่วยก็มีความแตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน แต่การลงทุนจะเป็นการลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัวแทบทั้งสิ้น หากจะมีอยู่บ้างที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยต้องมีการกู้ยืมเงินทุนจากทางธนาคารมาเพื่อการลงทุน แต่ก็จะเป็นการกู้ยืมในวงเงินที่ไม่สูงมากเพราะจะลงทุนเพียงการซื้อสินค้าเพื่อนำมาวางขายภายในร้านเท่านั้น ส่วนในเรื่องสถานที่ตัวร้านทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยมักจะใช้ที่บ้านพักเป็นร้านค้าโชห่วยจึงไม่ต้องลงทุนในระยะแรกของการเปิดร้านค้าโชห่วย เพราะถือว่าการใช้ประโยชน์จากที่พักอาศัยควบคู่กันไป

4.3 การบริหารงานของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

4.3.1 ลักษณะบริหารงานของร้านค้าโชห่วย เป็นการดำเนินงานเองทั้งหมด เริ่มตั้งแต่การเลือกสินค้า การจัดหาสินค้ามาวางขายภายในร้าน การดูแลความสะอาดตลอดจนการบริหารจัดการร้าน ซึ่งในส่วนของการบริหารร้านนั้นจะมีลักษณะการดำเนินการอย่างไม่มีขั้นตอนหรือกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเพราะทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะไม่นิยมนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการควบคุมระบบสต็อกสินค้าที่มีอยู่ภายในร้านอีกทั้งยังขาดการวางแผนล่วงหน้าแต่อาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยประสบเองและในส่วนของผู้ช่วยขายก็จะเป็นคนภายในครอบครัว แต่จะมีบ้างที่ทางเจ้าของร้านจะจ้างพนักงานขายภายในร้านแต่จะจ้างพนักงานเพียง 1-2 คนเท่านั้น และในส่วนของการให้บริการในด้านการคิดราคานั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยที่เปิดให้บริการมานานจะใช้เพียงเครื่องคิดเลขในการคิดราคาสินค้า แต่หากเป็นเจ้าของร้านค้าโชห่วยรายใหม่ที่เพิ่งเปิดร้านนั้นนิยมใช้เครื่องคิดราคาสินค้าที่ทันสมัย คือเป็นเครื่องคิดราคาสินค้าที่สามารถแสดงราคาของสินค้าที่ทางลูกค้าซื้อได้ผ่านทางหน้าจอของเครื่องและมีลิ้นชักที่สามารถใช้เก็บเงินจากการซื้อขายได้ซึ่งทำให้ร้านดูทันสมัยและมีความคล้ายคลึงกับร้านสะดวกซื้อมากขึ้น เพราะรูปแบบและลักษณะของร้านค้าโชห่วยที่นิยมเปิดในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะทำเลียนแบบร้านสะดวกซื้อมากขึ้นทั้งนี้ก็เนื่องมาจากความเจริญของเมืองเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป

4.3.2 การบริหารจัดการด้านสินค้า สินค้าที่มีวางขายภายในร้านค้าโชห่วยจะเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงมาก คุณภาพปานกลาง และสินค้าที่มีวางขายภายในร้านจะเป็นสินค้าที่ใช้เพื่อการยังชีพเป็นส่วนใหญ่ แหล่งที่มาของสินค้าแต่เดิมนั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะนำสินค้ามาจากร้านขายสินค้าส่ง ตลาดสด และจากหน่วยรถขายซึ่งสินค้าที่รับมาจากร้านขายสินค้าส่ง และตลาดสด นั้นจะเป็นสินค้าประเภท เครื่องอุปโภค-บริโภคและขนมขบเคี้ยว ส่วนสินค้าที่นำมา

จากหน่วยรถขายนั้นจะเป็นนำอัดลมที่ทางบริษัทจะนำตู้แช่เครื่องดื่มมาตั้งที่ร้านให้ แต่ในปัจจุบันสินค้าที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วยนั้นจะมีสินค้าที่นำมาจากห้างสรรพสินค้า เช่น แมคโคร เทสโก้-โลตัส และบิ๊กซี-ซูเปอร์เซนเตอร์ มาวางจำหน่าย ทั้งนี้เจ้าของร้านค้าโชห่วยกล่าวว่า

“สินค้าที่ซื้อมาขายที่ร้านก็จะมาจากหลายๆที่ทั้งจากตลาด
แล้วก็จากห้างฯ สินค้าต่างชนิดก็จะมาจากที่ต่างกัน
ขนมกับเครื่องใช้จะมาจกแมคโครฯ เพราะว่าห้างฯ
อยู่ใกล้บ้านมากที่สุด มีสินค้าให้เลือกมาก
แล้วของบางอย่างราคาจะถูกกว่าที่ร้านขายของส่ง”³

ทั้งนี้เพราะทางร้านจะคิดต้นทุนของสินค้าจก ราคาสินค้าที่ต่ำที่สุด ประกอบกับค่าน้ำมันที่ใช้ในการเดินทางและค่าเสียเวลาการเลือกสินค้าเพื่อที่จะได้ราคาต่ำที่สุด เพื่อที่จะได้นำมาขายต่อกับลูกค้าในราคาที่ไม่สูงมากนัก

4.3.3 ด้านการบริการ การให้บริการของร้านค้าโชห่วยนั้นทางร้านจะเปิดให้บริการแต่เช้า ในช่วงเวลาตั้งแต่ 06.00 นาฬิกา เรื่อยไปจนถึงช่วงค่ำประมาณ 20.00 นาฬิกา ของทุกวัน และเปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุดและหากทางร้านจะหยุดขายนั้นก็จะเป็นเพราะทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยมีธุระสำคัญจริงๆเท่านั้น ในส่วนของรูปแบบการบริการของร้านค้าโชห่วยนั้นจะมีการบริการอยู่ 2 รูปแบบด้วยกันคือ

1. เจ้าของร้านหยิบสินค้าให้ รูปแบบบริการเช่นนี้จะในรูปแบบการให้บริการแบบดั้งเดิม โดยลูกค้าจะแจ้งรายการสินค้าที่ต้องการกับเจ้าของร้าน และเมื่อทางร้านทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้วนั้นก็หยิบสินค้าใส่ถุง และคิดราคาสินค้าให้เสร็จสรรพ ลูกค้าเพียงแต่รอชำระราคาสินค้าด้านหน้าร้านแทน ซึ่งรูปแบบการให้บริการเช่นนี้จะเป็นที่นิยมมากในกลุ่มลูกค้าที่มีเวลาในการซื้อสินค้าไม่มากและไม่ต้องการหาสินค้าเอง

2. ลูกค้าบริการตัวเอง การบริการเช่นนี้ทางลูกค้าสามารถเดินเลือกสินค้าภายในร้านได้เองตามความพอใจ และเมื่อได้สินค้าที่ต้องการแล้วก็นำสินค้ามาชำระราคากับเจ้าของร้านด้านหน้าร้าน ซึ่งรูปแบบการบริการเช่นนี้จะพบเห็นได้จากร้านสมัยใหม่และ

³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

ห้างสรรพสินค้า และทางร้านค้าโชห่วยได้นำมาประยุกต์ใช้กับที่ร้านซึ่งก็เป็นที่ถูกใจของลูกค้า เพราะจะได้เลือกสินค้าเองตามที่ตนพอใจ

4.4 บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วย

บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมีบทบาทที่สำคัญต่อชุมชน 2 บทบาทหน้าที่คือ

1. บทบาทหน้าที่ของการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ
2. บทบาทในการเป็นศูนย์กลางทางด้านสังคม

บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยไม่ได้เป็นเพียงแหล่งซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่หากร้านโชห่วยยังเป็นศูนย์รวมทางด้านความสัมพันธ์ของชุมชนทั้งในด้านของความเกื้อกูล และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตามวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมที่ความผูกพันของผู้คนในชุมชนยังคงอยู่ท่ามกลางกระแสสังคมที่ทันสมัยซึ่งจากทั้ง 2 บทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยนี้ถือได้ว่าเป็นบทบาทหน้าที่ที่มีความแตกต่างกันไป แต่จะมีความคล้ายคลึงกันในส่วนของการเป็นศูนย์กลางของชุมชนและคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในละแวก ดังต่อไปนี้

4.4.1 บทบาทหน้าที่ของการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ เป็นบทบาทหน้าที่หลักของร้านค้าโชห่วยที่จะต้องเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าที่เป็นที่ต้องการของคนในชุมชนช่วยให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวกและง่ายที่สุดเพราะสินค้าต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตที่จำเป็นต่อผู้คนในชุมชนล้วนจะต้องมีวางขายภายในร้านค้าโชห่วยที่เป็นศูนย์กลางของคนในละแวกชุมชนนั้นๆ เพราะร้านค้าโชห่วยจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการซื้อ และจำแนกสินค้าออกเป็นส่วนย่อยเพื่อขายปลีก เช่นการแบ่งสินค้าออกเป็นชิ้น ขวด หรือห่อเล็กๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งทางร้านจะอาศัยความใกล้ชิดและคุ้นเคยกันภายในชุมชนในการเรียนรู้ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยบทบาททางด้านเศรษฐกิจของร้านค้าโชห่วยนอกจากจะมีความสำคัญต่อชุมชนแล้วนั้นยังมีความสำคัญกับเศรษฐกิจในภาพรวมไม่น้อยเพราะร้านค้าโชห่วยจะเป็นแหล่งกระจายสินค้าที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้บริโภคลำดับสุดท้ายมากที่สุด และสินค้าที่มีวางขายก็จะเป็นสินค้าลำดับต่ำ หรือสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ จึงทำให้ร้านค้าโชห่วยมีเงินหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลาถึงแม้จะเป็นจำนวนไม่มาก แต่หากมีการหมุนเวียนทุกวันและสม่ำเสมอ

4.4.2 บทบาทในการเป็นศูนย์กลางทางด้านสังคม

บทบาทหน้าที่ทางสังคมของร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนคร มีบทบาทหน้าที่ 3 ด้านคือ

1. **เป็นสถานที่พบปะของคนในชุมชน** เดิมนั้นร้านค้าโชห่วยจะเป็นสถานที่ในการพบปะพูดคุยกันของคนในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ แต่ในปัจจุบันร้านค้า โชห่วยได้ กลายเป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์ของลูกค้ำที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น แทน เพราะจากการสังเกตถึงกลุ่มลูกค้ำที่เข้ามาหนึ่งที่ร้านค้าโชห่วยนั้นพบว่าจะเป็นเด็กวัยรุ่น โดยเฉพาะผู้ชายที่จะนั่งจับกลุ่มนั่งดื่มกินสินค้าที่ซื้อจากทางร้าน แต่จะมีบ้างที่มีลูกค้ำมานั่งพูดคุยกับเจ้าของร้าน

2. **เป็นแหล่งเกื้อกูลกันในชุมชน** เดิมนั้นทางร้านค้าโชห่วยจะมีการบริการทางด้านของสินเชื่อให้กับลูกค้ำที่เป็นคนในชุมชนด้วยกันเองถือเป็นการพึ่งพาอาศัยกัน และเป็น การอำนวยความสะดวกในการซื้อทำให้ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการไม่เสียโอกาสในการใช้สินค้านั้นๆ โดยลูกค้ำที่จะซื้อสินค้าแบบสินเชื่อได้นั้นจะต้องมีความสนิทสนมและคุ้นเคยกับเจ้าของร้านเป็น อย่างดี เรียกได้ว่าเป็นความผูกพันที่มีมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้เพราะเจ้าของร้านโชห่วยก็เป็นคนที่ อยู่ในชุมชนเองที่เปิดร้านโชห่วยเพื่อให้บริการกับผู้ที่อยู่ในละแวก ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของ ร้านโชห่วยที่อยู่ใกล้ชิดกับคน และชุมชนมากกว่าห้างสรรพสินค้า เพราะร้านโชห่วยเปรียบเสมือน เพื่อนบ้านหรือเครือญาติที่รู้จักกันดีในชุมชนนั้นๆ ทำให้ในปัจจุบันยังมีลูกค้ำที่อาศัยในชุมชนแวะ เวียนมาใช้บริการที่ร้านโชห่วยอยู่เสมอ รูปแบบความสัมพันธ์ของร้านโชห่วยที่มีต่อลูกค้ำนั้นจะ เป็นความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีความเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน เพราะต่างก็อยู่อาศัยร่วมใน ชุมชนเดียวกัน แต่ในปัจจุบันการให้บริการทางด้านสินเชื่อในชุมชนได้หายไปเพราะพฤติกรรม การซื้อสินค้าของลูกค้ำในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับที่ลูกค้ำได้ให้เหตุผลในการเลือกซื้อ สินค้าจากห้างสรรพสินค้าและจากร้านค้าโชห่วยว่า

“หากจะซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยก็จะเป็นสินค้าแบบมาเจาะจงว่าจะซื้ออะไร อาจจะแวะไปซื้อ ขนม หรือบุหรี เล็กๆน้อยๆ หรืออาจจะแวะไปดูของเฉยๆก็ได้ แต่ถ้าเป็นของที่ตั้งใจจะซื้อ ก็มักจะไปที่ห้างฯ มากกว่า เพราะราคาถูกลงกว่า แต่ถ้าเป็น

สินค้าที่ร้านโชห่วยก็จะไปซื้อสินค้าแบบเร่งด่วนมากกว่า
เช่นน้ำปลาเพราะถ้ากำลังทำกับข้าวอยู่ถ้าหมดก็ไปซื้อ”⁴

การซื้อพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นการจับจ่ายใช้สอย
สินค้า ในปริมาณมากจากห้างสรรพสินค้าและซื้อสินค้าเล็กๆน้อยๆ จากที่ร้านค้าโชห่วยมากกว่า
ทำให้การซื้อสินค้าแบบสิ้นเปลืองค่อยๆเลือนหายไปและร้านค้าโชห่วยบางร้านก็ไม่มีมีการซื้อสินค้าโดย
ระบบสิ้นเปลืองแล้วในปัจจุบัน

3. การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน ในด้านของความสัมพันธ์ของร้าน
โชห่วยที่มีต่อชุมชนนั้นจะอยู่ในรูปแบบของการให้ความเกื้อกูลกันในชุมชน เพราะร้านโชห่วยจะมี
การให้ความช่วยเหลือกับชุมชนในด้านที่ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาแก่นักเรียน-นักศึกษา
ร่วมแรงในงานพัฒนาของชุมชน เช่นการทำความสะดวก และการแข่งขันกีฬา ตลอดจนการทำนุ
บำรุงศาสนาในการมีส่วนร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนาที่ทางชุมชนร่วมกันจัดขึ้น โดย
เจ้าของร้านโชห่วยจะให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านของเงิน เครื่องดื่ม ขนม อาหาร และแรงงาน
สุดท้ายแต่ความต้องการของคนในชุมชนตามแต่โอกาส ความต้องการของคนในชุมชน และ
ศักยภาพของร้านโชห่วยเอง โดยการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนนั้นทางเจ้าของร้านได้ให้ข้อมูลว่า

“มีงานบุญมาขอของเราก็ให้ ช่วยเงินเราก็ต้องช่วยแรงด้วย
อย่างกิจกรรมโรงเรียน(เทศบาล1เชิงชุมประชานุกูล) ก็ไปเดิน
พาเหรด งานชุมชนเขามาเชิญให้ไปร่วมกิจกรรมเราก็ต้องไป
ช่วยทั้งของทั้งแรง แต่บางที่ชุมชนก็ไม่ได้ขอ แต่พอเราเข้าไป
ไปก็เอาของไปด้วย”⁵

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทางร้านได้เข้าไปมีบทบาทในส่วนของการให้ความ
ช่วยเหลือต่อชุมชนที่อยู่ให้มีความเจริญยิ่งขึ้น อีกทั้งยังถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี
ระหว่างชุมชนกับร้านค้าโชห่วย เพราะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ
การบริจาคเงิน การร่วมแรงในการพัฒนา หรือการให้ทุนการศึกษา ย่อมมีผลต่อการสร้างความ
นิยมต่อร้านค้าโชห่วยให้ดำเนินงานไปอย่างราบรื่น และมีภาพพจน์ที่ดีในการสร้างประโยชน์แก่
ชุมชน

⁴ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าย่านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

⁵ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

บทบาทด้านสังคมของร้านค้าโชห่วยในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในส่วนของการให้ความช่วยเหลือระหว่างเจ้าของร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้าในด้านการซื้อสินค้าระบบสินค้า เพราะในปัจจุบันรูปแบบการค้าเช่นนี้ได้เลือนหายไป ซึ่งมาจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่นิยมซื้อสินค้าคราวละมากๆ ราคาสูงจากห้างสรรพสินค้าและซื้อสินค้าเล็กๆน้อยๆ ราคาไม่แพงนักจากร้านค้าโชห่วย ดังนั้นจึงทำให้การซื้อสินค้าระบบสินค้าเลือนหายไปแต่ความเกี่ยวเนื่องในส่วนของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่ เพราะลูกค้าที่อาศัยอยู่รอบเขตอิทธิพลของร้านค้าโชห่วยยังแวะเวียนมาใช้บริการและซื้อสินค้าที่ร้านอยู่เป็นประจำถึงแม้ว่าจะไม่ได้ซื้อสินค้าในปริมาณมากเช่นก่อน แต่ก็ยังคงมีการอุดหนุนซื้อสินค้าจากร้านค้าโชห่วยอยู่ ทั้งนี้ก็มาจากความผูกพันกันในชุมชนที่มีมาแต่อดีต และบทบาทในด้านของการเป็นศูนย์กลางของชุมชนในด้านข้อมูลข่าวสารนั้นก็ยังคงอยู่เช่นกัน แต่ลูกค้าที่แวะเวียนมาใช้ร้านค้าโชห่วยเป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์นั้นจะเป็นกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี เพราะสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยมักที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษา และสนามกีฬา ทำให้ลูกค้าสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ ดังนั้นจึงทำให้ขอบเขตการค้าของร้านค้าโชห่วยมีขอบเขตที่กว้างออกไป เพราะความสะดวกในการเดินทางเขาถึงสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วย ทั้งในส่วนของถนน และพาหนะที่ลูกค้านิยมใช้ในการเดินทางเข้าถึงร้านค้าโชห่วยที่ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยจากเดิมนั้นการเดินทางของลูกค้าของร้านค้าโชห่วยมักจะใช้วิธีการเดินเท้า ดังนั้นจึงทำให้ขอบเขตการค้าของร้านค้าโชห่วยจะมีขนาดเล็ก แต่ในปัจจุบันเมืองมีการขยายตัว และมีการสร้างถนนหนทางเพิ่มมากขึ้นทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปนิยมเดินทางโดยการใช้อัตราการยานยนต์มากขึ้นเพราะเป็นวิธีการเดินทางที่สะดวกที่สุดจึงส่งผลให้ขอบเขตการค้าของร้านค้าโชห่วยในแต่ละพื้นที่กว้างขึ้นตามไปด้วยโดยขอบเขตการค้าที่กว้างขึ้นของร้านค้าโชห่วยในปัจจุบันนี้ไม่ได้มีเพียงด้านการคมนาคมเท่านั้น แต่หากยังรวมถึงขอบเขตทางการค้าของสินค้าประเภทอบายมุขและมอมเมา เช่นสุรา และบุหรี่ เพราะในปัจจุบันตามได้มีกฎหมายห้ามซื้อขายสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรีก่อนเวลา 17.00 นาฬิกา แต่ร้านค้าโชห่วยกลับขายสินค้าประเภท บุหรี สุรา และเบียร์อย่างเสรี ซึ่งก็ทำให้มีลูกค้าเข้าไปนั่งดื่ม-กินที่ร้านได้ เพราะสะดวกทั้งในการซื้อสินค้า สะดวกในด้านสถานที่ และสะดวกต่อการบริการที่มีโต๊ะ-เก้าอี้ ไว้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งทำให้ลูกค้ายินดีที่จะเดินทางไกลขึ้นเพื่อมารับบริการในส่วนนี้จากร้านค้าโชห่วย

4.5 สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครจะมีลักษณะโครงสร้างของร้านเป็นแบบบ้านไม้ทั้งแบบชั้นเดียว และบ้านไม้ 2 ชั้น ที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะจัดสรรพื้นที่บางส่วนของบ้านที่จะเป็นส่วนของพื้นที่บริเวณหน้าบ้าน(พื้นที่ด้านนอก) และพื้นที่ในส่วนของด้านในของตัวบ้านให้เป็นพื้นที่ของร้านค้าโชห่วยและจะใช้พื้นที่ส่วนในอื่น เช่น ส่วนด้านหลัง และชั้นบนเป็นส่วนของที่พักอาศัยของเจ้าของร้านและสมาชิกในครอบครัว ต่อมาลักษณะโครงสร้างของร้านได้มีการพัฒนาลักษณะโครงสร้างของร้านให้มีความทันสมัยมากขึ้น และมีเจ้าของร้านค้าโชห่วยบางรายที่ได้ทำการเปลี่ยนแปลงลักษณะโครงสร้างของร้านจากบ้านไม้กลายเป็นลักษณะอาคารพาณิชย์ หรือบางรายที่เริ่มต้นประกอบกิจการร้านค้าโชห่วยรายใหม่ก็เลือกที่จะใช้อาคารพาณิชย์แทนบ้านไม้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วขนาดพื้นที่ของอาคารพาณิชย์จะมีความสูง 3-4 ชั้น ขนาดพื้นที่ 1-2 คุหา แต่ไม่ว่าลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยจะเป็นแบบบ้านไม้หรือแบบอาคารพาณิชย์ก็ตามรูปแบบของร้านก็ยังคงรูปแบบของการจัดสรรพื้นที่เพื่อประโยชน์การใช้สอยออกเป็น 2 ส่วนหลักคือ พื้นที่ในส่วนของที่พักอาศัย และพื้นที่ในส่วนของร้านค้าโชห่วย



แบบบ้านไม้

แบบอาคารพาณิชย์

รูปที่ 8 ลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

สถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยจะตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และตามริมถนนทั้งสายหลัก-สายรองของจังหวัด ซึ่งหากจัดประเภทของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครนั้นสามารถแบ่งประเภทของร้านค้าโชห่วยออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. **ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งในเมือง** ถือเป็นร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตการค้าของชุมชนเมืองเดิมก่อนที่จะมีการขยายตัวของเมืองไปทางด้านทิศตะวันตกโดยร้านค้าที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองนั้นจะมีลักษณะของร้านที่มีทั้งแบบบ้านไม้และแบบอาคารพาณิชย์

2. **ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งใกล้ที่อยู่อาศัย** ร้านค้าโชห่วยประเภทนี้จะมีสถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ภายในชุมชน ลักษณะโครงสร้างของร้านจะเป็นบ้านไม้เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยส่วนใหญ่จะดัดแปลงชั้นล่างของที่พักอาศัยของตนให้เป็นร้านค้าโชห่วย ร้านค้าโชห่วยประเภทนี้จะพบเห็นได้ง่ายอีกทั้งในชุมชนแต่ละชุมชนจะมีร้านค้าโชห่วยประเภทนี้เปิดให้บริการอยู่หลายร้านด้วยกัน

3. **ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งตามแนวถนน** เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ตามแนวถนนทั้งสายหลัก และสายรองของจังหวัด สะดวกต่อการเดินทางเข้าไปใช้บริการของลูกค้า ลักษณะโครงสร้างของร้านจะเป็นอาคารพาณิชย์ มีการตกแต่งร้านให้สวยงามเพื่อดึงดูดลูกค้า

จากสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครทั้ง 3 ประเภทนี้ล้วนแต่สะดวกต่อการเดินทางเข้าไปใช้บริการของลูกค้าทั้งจากการเดินทางโดยรถส่วนตัวไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ และสะดวกต่อการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง อีกทั้งร้านค้าโชห่วยในบางเขตพื้นที่ก็ยังมีร้านค้าโชห่วยประเภทเดียวกันเปิดให้บริการและมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กันอีกหลายร้าน ซึ่งทำให้เกิดย่านการค้าแห่งใหม่ขึ้นมา เพราะร้านค้าโชห่วยตั้งอยู่ในทำเลเดียวกัน ประกอบกับมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างร้านค้าโชห่วยด้วยตนเอง ซึ่งระบบความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นในลักษณะของความผูกพันของผู้คนที่อยู่ร่วมในชุมชนเดียวกัน ซึ่งจะคล้ายความสัมพันธ์ของเครือญาติ คือมีการตัวกันเป็นรวมกลุ่ม รู้สึกถึงความเป็นพวกพ้องเดียวกันเพราะล้วนแต่ดำเนินวิถีชีวิตแบบเดียวกัน และประกอบอาชีพเดียวกัน

สินค้าที่มีวางขายที่ร้านค้าโชห่วยจะมีความแตกต่างกันไป ทั้งจะขึ้นอยู่กับบริเวณสถานที่ตั้งของร้านและความต้องการของลูกค้า เพราะร้านค้าโชห่วยจะอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้าทำให้ทราบถึงความต้องการต่อสินค้าของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดีเพราะลูกค้าได้ให้ข้อมูลว่า สินค้าที่มีวางขาย

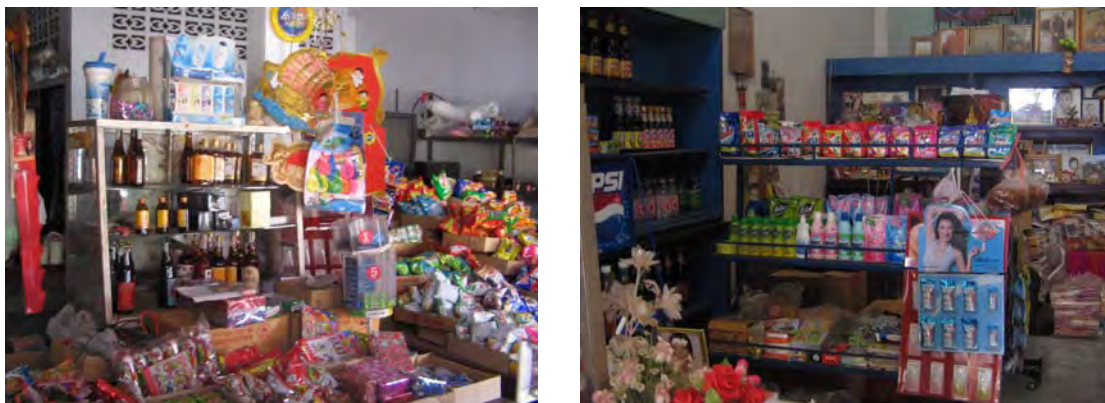
ที่ร้านถึงจะมีไม่มากเท่ากับที่ห้างฯ แต่ทางร้านก็เลือกสินค้าที่มาขายในร้านให้ครอบคลุมต่อความต้องการพื้นฐานได้มากพอแล้ว⁶ จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสินค้าที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วยนั้นตรงต่อความต้องการของลูกค้าในละแวกที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน เพราะสินค้าที่เป็นที่ต้องการลูกค้าในปัจจุบันจะเป็นเพียงสินค้าเล็กๆน้อยๆ ไม่ว่าจะเป็น ขนม น้ำอัดลม บุหรี่ และสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคขนาดเล็กๆ ราคาที่ซื้อในแต่ละครั้งก็ไม่มาก

การจัดวางสินค้า ร้านค้าโชห่วยจะมีการจัดสินค้าภายในร้านไม่เป็นระเบียบนัก เพราะขนาดของพื้นที่ร้านมีจำกัด ซึ่งโดยหลักๆแล้วการจัดวางสินค้าภายในร้านค้าโชห่วยจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนด้านหน้าร้าน ส่วนผนังร้าน และส่วนกลางร้าน ในพื้นที่ส่วนด้านหน้าของร้านนั้นมักจะวางสินค้าประเภทที่ไม่ต้องมีการดูแลรักษา มาก เช่น ถ่าน เต่า ไม้กวาด น้ำมันรถ และเครื่องสังฆทาน เป็นต้น ในส่วนผนังทั้งสองด้านของร้านนั้นก็จะเป็นชั้นวางสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ แชมพู และพื้นที่ส่วนกลางของร้านนั้นก็จะเป็นสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวเป็นส่วนใหญ่ แต่การจัดวางสินค้าของร้านถึงแม้จะมีการแบ่งแยกประเภทกันที่ชัดเจน แต่ก็ไม่ได้มีการจัดให้เป็นระเบียบ อย่างเช่นขนมขบเคี้ยวและบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปก็จะวางปะปนกันอยู่หลายๆยี่ห้อ ทำให้ลูกค้าสินค้าที่ต้องการได้ยาก



รูปที่ 9 การจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้านค้าโชห่วย

⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 14 ลูกค้านร้านค้าโชห่วย, 26 ธันวาคม 2550.



รูปที่10 การจัดวางสินค้าส่วนพื้นที่ภายในร้านค้าโชห่วย

สรุปได้ว่า ร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนครนั้นจะมีลักษณะโครงสร้างของร้านแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ แบบบ้านไม้ และอาคารพาณิชย์ โดยร้านค้าโชห่วยที่มีลักษณะโครงสร้างแบบบ้านไม้จะมีพบเห็นตามบริเวณพื้นที่ของเขตเมืองเดิม และร้านค้าที่มีลักษณะโครงสร้างอาคารพาณิชย์จะมีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตเมืองที่ขยายตัวออกไปจากเขตเมืองเดิม แต่ทั้ง 2 ลักษณะนี้ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยก็ประยุกต์จากบ้านพักให้เป็นร้านค้าโชห่วยเหมือนกัน เพราะถือเป็นการลดต้นทุนในเรื่องของสถานที่ การดำเนินงานของร้านจะเป็นการบริหารจัดการร้านด้วยตนเอง และมีผู้ช่วยเป็นคนในครอบครัว การจัดวางสินค้าจะเป็นการจัดวางอย่างง่ายไม่เน้นความสวยงาม และสินค้าที่วางขายภายในร้านก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน

4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของลูกค้าและการซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วย

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าร้านค้าโชห่วย 100คน ทางผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระ และ ตัวแปรตาม ซึ่งตัวแปรอิสระประกอบด้วย ปัจจัยเพศ และอายุ กับตัวแปรตามคือ ความถี่ในการใช้บริการต่อ 1 สัปดาห์ และประเภทสินค้าที่ลูกค้าซื้อจากร้านค้าโชห่วย ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยตารางไขว้ ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่3 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และความถี่ในการใช้บริการต่อ 1 สัปดาห์ของลูกค้าร้านค้าโชห่วย

เพศ	การใช้บริการร้านค้าโชห่วยต่อ1สัปดาห์			รวม
	ต่ำ (ต่ำกว่า3ครั้ง)	กลาง (3-7ครั้ง)	สูง (7ครั้งขึ้นไป)	
ชาย	48.0	42.1	75.0	100 (49)
หญิง	52.0	57.9	25.0	100 (51)
รวม	50	38	12	100

$$\chi^2 = 3.989$$

$$P = 0.136$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเพศและการใช้บริการร้านค้าโชห่วยต่อ 1 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศชาย มีสัดส่วนการใช้บริการร้านค้าโชห่วยระดับสูง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิง ร้อยละ 75.0 เมื่อเทียบกับร้อยละ 25.5 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีความสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่าเพศชายนิยมความสะดวกมากกว่าเพศหญิง เพราะร้านค้าโชห่วยจะตั้งอยู่ใกล้บ้าน ทำให้สะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการมากกว่าสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อ ที่ตั้งอยู่ไกลออกไป

ตารางที่4 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้ออาหารแห้ง

เพศ	อาหารแห้ง		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	48.6	49.2	100 (49)
หญิง	51.3	50.7	100(51)
รวม	37	63	100

$$\chi^2 = 0.002$$

$$P = 0.957$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการซื้ออาหารแห้ง พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศหญิง มีสัดส่วนการซื้ออาหารแห้ง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย ร้อยละ 51.3 เมื่อเทียบกับร้อยละ 48.6 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า เพศหญิงจะมีหน้าที่ในการประกอบอาหารให้กับคนในครอบครัว ดังนั้นจึงทำให้ทราบถึงปริมาณของสินค้าภายในครัวเรือนว่าขาดเหลือสิ่งใดบ้าง ประกอบกับการซื้อสินค้ามักจะเป็นหน้าที่ของเพศหญิง ดังนั้นก็น่าจะเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เพศหญิงจะมีปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อสินค้าอุปโภค

เพศ	เครื่องอุปโภค		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	46.1	50.8	100 (49)
หญิง	53.8	49.1	100(51)
รวม	39	61	100

$$\chi^2 = 0.027$$

$$P = 0.648$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศหญิง มีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย ร้อยละ 53.8 เมื่อเทียบกับร้อยละ 61.1 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่าเพศหญิงซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคมากกว่าเพศชายเพราะพฤติกรรมที่รักสวยรักงาม รักความสะอาดของฝ่ายหญิงที่มีมากกว่าเพศชาย ทำให้เพศหญิงมีการใช้สินค้าประเภทเครื่องอุปโภคอยู่บ่อยครั้งทำให้สินค้าหมดเร็วกว่าเพศชาย ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เพศหญิงมีปริมาณการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคสูงกว่าเพศชาย

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อเครื่องดื่ม

เพศ	เครื่องดื่ม		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	55.1	43.1	100 (49)
หญิง	44.8	56.8	100 (51)
รวม	49	51	100

$$\chi^2 = 1.431 \quad P = 0.231$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศชายมีส่วนในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิง ร้อยละ 55.1 เมื่อเทียบกับร้อยละ 44.8 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่าสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่เพศชายนิยมซื้อจากร้านค้าโชห่วยจะเป็นเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม/สุรา/เบียร์เพราะหาซื้อได้ง่าย⁷ เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดถึงของช่วงเวลากการซื้อขายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ตลอดเวลา

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อขนมขบเคี้ยว

เพศ	ขนมขบเคี้ยว		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	31.9	64.1	100 (49)
หญิง	68.0	35.8	100 (51)
รวม	47	53	100

$$\chi^2 = 10.358 \quad P = 0.001$$

⁷ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศหญิงมีส่วนการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว สูงกว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย ร้อยละ 68.0 เมื่อเทียบกับร้อยละ 31.9 ซึ่งมีทิศทางไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า เพศหญิงนิยมซื้อขนมขบเคี้ยวจากร้านค้าโชห่วยสูงกว่าเพศชายน่าจะมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมการบริโภคของเพศหญิงที่มักจะนิยมรับประทานขนมมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ลูกค้าเพศหญิงรายหนึ่งได้ให้ข้อมูลว่าสินค้าที่ซื้อเป็นประจำจากร้านค้าโชห่วย คือขนมขบเคี้ยว ที่จะซื้ออย่างละ 2 ห่อ และซื้อทีละหลายๆ ชนิด⁸

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(เพศ) และการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ

เพศ	อื่นๆ		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	50.0	48.8	100 (49)
หญิง	50.0	51.1	100 (51)
รวม	10	90	100

$$\chi^2 = 0.004 \quad P = 0.947$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ พบว่า กลุ่มลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีส่วนการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอื่นๆ ร้อยละ 50 ใกล้เคียงกัน ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีความสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า สินค้าประเภทอื่นๆที่มีวางขายภายในร้านนอกเหนือจากอาหารแห้ง/เครื่องอุปโภค/เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยว จากการเก็บข้อมูลนั้นสินค้าประเภทอื่นๆประกอบด้วย โฉงศพ และเครื่องตกแต่งโฉงศพ/ถ่าน/น้ำมันรถจักรยานยนต์แบบแบ่งขาย/บุหรี่/หนังสือต่างๆ สินค้าที่ทางเจ้าของร้านทำขึ้นเอง เช่นผลไม้ดอง/น้ำแข็งใส และอาหารปรุงสำเร็จนั้นพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีการซื้อสินค้าในระดับที่เท่ากัน แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วยสามารถ

⁸ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 17 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 23 ธันวาคม 2550.

ขายได้เสมอ เช่นผลไม้ดองที่ทางลูกค้ากล่าวว่าจะซื้อผลไม้ดองจากร้านค้าโชห่วยมากกว่า⁹ หรือแม้กระทั่งสินค้าประเภทโคงศพและเครื่องตกแต่งโคงศพ ที่มีวางขายก็ยังขายได้และขายได้ดีในร้านค้าโชห่วย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น(เพศ) และตัวแปรตาม (ความถี่และสินค้าที่ซื้อ) สรุปผลได้ว่า ลูกค้าเพศชายจะใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยมากกว่า 7 ครั้ง ต่อ 1 สัปดาห์ สูงกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75 เมื่อเปรียบเทียบกับร้อยละ 25 สินค้าที่ลูกค้าเพศชายนิยมซื้อจากร้านค้าคือเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคืออาหารแห้ง คิดเป็นร้อยละ 48.6 ในขณะเดียวกัน สินค้าที่เพศหญิงนิยมซื้อจะเป็นสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือเครื่องอุปโภค คิดเป็นร้อยละ 53.8 และอาหารแห้ง คิดเป็นร้อยละ 51.3 ตามลำดับ และในส่วนของสินค้าประเภทอื่นที่นั่นพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงจะการซื้อเท่ากันคือร้อยละ 50

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และความถี่ในการใช้บริการ ต่อ 1 สัปดาห์ของลูกค้าร้านค้าโชห่วย

ช่วงอายุ	การใช้บริการร้านค้าโชห่วยต่อ 1 สัปดาห์			รวม
	ต่ำ (ต่ำกว่า 3 ครั้ง)	กลาง (3-7 ครั้ง)	สูง (7 ครั้งขึ้นไป)	
ต่ำกว่า 30 ปี	49.2	36.9	13.8	100 (65)
30 ปีขึ้นไป	11.4	8.5	5.7	100 (35)
รวม	50	38	12	100

$$\chi^2 = 0.606$$

$$P = 0.739$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการใช้บริการร้านค้าโชห่วยต่อ 1 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสัดส่วนการใช้บริการร้านค้าโชห่วยระดับสูง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 13.8 เมื่อเทียบกับร้อยละ 5.7 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นที่น่าพอใจตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 9 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

สรุปได้ว่าลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าโชห่วยมากกว่า 7 ครั้งต่อ 1 สัปดาห์ สูงกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป เพราะ ลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะเดินทางไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยบ่อยเพราะสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยมักจะตั้งอยู่ใกล้บ้าน สนามกีฬา และโรงเรียน ประกอบลูกค้าในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะอยู่ในช่วงวัยรุ่น-วัยทำงาน ทำงาน และมักเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัวทำให้สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วย

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้ออาหารแห้ง

ช่วงอายุ	อาหารแห้ง		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ต่ำกว่า 30 ปี	27.6	72.3	100 (65)
30 ปีขึ้นไป	54.2	45.7	100 (35)
รวม	37	63	100

$$\chi^2 = 6.902$$

$$P = 0.008$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้ง พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้ง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 54.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 27.6 ซึ่งมีทิศทางไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า ลูกค้าที่มีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป มีการซื้ออาหารแห้งมากกว่าช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี เพราะ ลูกค้าที่มีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไปจะมีสถานภาพสมรส มีการประกอบอาชีพ และมีหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ทำให้มีการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้ง เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และ ปลากระป๋องที่สูงกว่าลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อสินค้าอุปโภค

ช่วงอายุ	เครื่องอุปโภค		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ต่ำกว่า30ปี	41.5	58.4	100 (65)
30ปีขึ้นไป	34.2	65.8	100 (35)
รวม	39	61	100

$$\chi^2 = 0.503 \quad P = 0.478$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า30 ปี มีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 41.5 เมื่อเทียบกับร้อยละ 34.2 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า ลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะนิยมซื้อสินค้าอุปโภคจากร้านค้าโชห่วย เพราะร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน แต่ลูกค้าจะซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคแบบปลีกย่อยและซื้อในคราวเร่งด่วนมากกว่า¹⁰ จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคจะมีปัจจัยในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางมาเป็นองค์ประกอบร่วมด้วย

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อเครื่องดื่ม

ช่วงอายุ	เครื่องดื่ม		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ต่ำกว่า30ปี	49.2	50.7	100 (65)
30ปีขึ้นไป	48.5	51.4	100 (35)
รวม	49	51	100

$$\chi^2 = 0.004 \quad P = 0.950$$

¹⁰ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 49.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 48.5 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า ลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่ใกล้เคียงลูกค้าที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป เพราะเป็นสินค้าที่มีหาซื้อได้ง่ายไม่เจาะจงว่าจะซื้อที่ร้านไหนไกลๆ อยากดื่ม-กินตอนไหนก็จะซื้อจากร้านที่อยู่ใกล้ที่สุดในตอนนั้น¹¹ สินค้าประเภทเครื่องดื่มที่ลูกค้านิยมซื้อจากร้านค้าไซท์ห่วยจากการเก็บข้อมูลพบว่าจะ เป็นเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม/สุรา และเบียร์ ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตที่พบว่าในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน (15.30นาฬิกา) เริ่มมีนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่อายุไม่เกิน 18 ปีมาซื้อสุรา/เบียร์ไปดื่ม ทั้งหมดที่เป็นช่วงเวลาที่ห้ามขาย แต่ทางเจ้าของร้านค้าไซท์ห่วยก็ขายสินค้าให้กับลูกค้าเพราะการซื้อสุราและเบียร์จากร้านค้าไซท์ห่วยจะซื้อได้ง่ายกว่าจากร้านค้าประเภทอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ว่าอย่างเหลือถ้าจะซื้อที่ร้านไซท์ห่วยมันก็ซื้อได้ง่ายกว่าเพราะเรารู้จักกับเจ้าของร้าน¹²

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อขนมขบเคี้ยว

ช่วงอายุ	ขนมขบเคี้ยว		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ต่ำกว่า 30 ปี	49.2	50.7	100 (65)
30 ปีขึ้นไป	42.8	57.1	100 (35)
รวม	47	53	100

$$\chi^2 = 0.371$$

$$P = 0.542$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 49.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 42.8 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

¹¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 16 ลูกค้าร้านค้าไซท์ห่วย, 26 ธันวาคม 2550.

¹² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าร้านค้าไซท์ห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

สรุปได้ว่า ลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวสูงกว่าลูกค้ำที่มีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป เพราะว่า ขนมขบเคี้ยวที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วยจะมีให้เลือกหลายชนิด และมีหลายขนาดตั้งแต่ห่อละ 5 บาท ไปจนถึง ห่อละ 30 บาท โดยพฤติกรรมการซื้อขนมขบเคี้ยวของลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีนั้นมักจะซื้อสินค้าทีละ 1-2 ห่อเล็กแต่จะซื้อหลายรสชาติ และซื้อบ่อยครั้ง อีกทั้งสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวจะเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายและราคาไม่แตกต่างกันนัก ทำให้ขนมขบเคี้ยวเป็นสินค้าที่ขายดีอีกประเภทหนึ่งในร้านค้าโชห่วย

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระหว่างตัวแปรอิสระ(ช่วงอายุ) และการซื้อสินค้าอื่นๆ

ช่วงอายุ	อื่นๆ		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ต่ำกว่า 30 ปี	10.7	89.2	100 (65)
30 ปีขึ้นไป	8.5	91.4	100 (35)
รวม	10	90	100

$$\chi^2 = 0.122$$

$$P = 0.726$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ พบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ สูงกว่ากลุ่มลูกค้ำที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.7 เมื่อเทียบกับร้อยละ 8.5 ซึ่งมีทิศทางไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้และไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า ลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จะซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ ที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วยคือสินค้าประเภท ขนมที่ทางเจ้าของร้านทำขึ้นเอง และบุหรี่ยี่ลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี นิยมซื้อแบบแบ่งขายจากร้านค้าโชห่วยมากกว่าการซื้อครั้งละ 1 ห่อ โดยลูกค้ำได้ให้เหตุผลถึงการซื้อสินค้าประเภทบุหรี่ยี่จากร้านค้าโชห่วยว่าถ้าจะซื้อบุหรี่ยี่ก็ซื้อไม่เกินทีละครึ่งซองประมาณ 25 บาท เพราะมันถูกดี¹³ จากการซื้อสินค้า

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น(ช่วงอายุ) และตัวแปรตาม (ความถี่และสินค้าที่ซื้อ) สรุปผลได้ว่า ลูกค้ำที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปีจะเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วย 7 ครั้ง

¹³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 9 ลูกค้ำร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

ขึ้นไปต่อ 1 สัปดาห์ สูงกว่ากลุ่มลูกค้าอยู่ในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่คิดเป็นร้อยละ 13.8 เมื่อเปรียบเทียบกับ ร้อยละ 5.7 สินค้าที่ลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี นิยมซื้อคือ เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 49.2 เท่ากัน รองลงมาคือสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค คิดเป็นร้อยละ 41.5 และสินค้าประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน สินค้าที่กลุ่มลูกค้าอยู่ในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไปนิยมซื้อคือ สินค้าประเภทอาหารแห้ง สูงกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.2 เมื่อเปรียบเทียบกับร้อยละ 27.6

บทที่ 5

ผลกระทบของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วย ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

5.1 การเปลี่ยนแปลงร้านค้าโชห่วย 5 ร้านที่เป็นตัวแทนของร้านค้าโชห่วยใน 4 พื้นที่ ประโยชน์การใช้ที่ดิน

ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครที่มีสถานที่ตั้งกระจายตัวกันออกไปในแต่ละเขตประโยชน์การใช้ที่ดินในปัจจุบันตามการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร โดยร้านค้าโชห่วยในแต่ละเขตประโยชน์การใช้ที่ดินล้วนแต่มีความเป็นมาของร้าน และการปรับตัวของร้านที่แตกต่างกันไป โดยการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยที่ศึกษาทั้ง 5 ร้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ก. (นามสมมุติ) ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งในเขตพื้นที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก (ใช้สัญลักษณ์สีแดงในแผนผัง)

เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองเดิมของจังหวัดสกลนครก่อนที่จะมีการขยายตัวเมืองออกไปทางด้านทิศเหนือ บริเวณริมถนนเจริญเมือง ในอดีตถือว่าเป็นถนนสายหลักของจังหวัด ซึ่งที่ตั้งของร้านนั้นตั้งอยู่ในส่วนพื้นที่ของคุ้มบ้านใต้ที่เป็นชุมชนที่อยู่อาศัยเก่าแก่ของเมืองสกลนคร
ความเป็นมาของร้านทางเจ้าของร้านคนปัจจุบันได้เล่าว่า

“แต่ก่อนก็อยู่บ้านนอกนะใช้ชีวิตแบบบ้านนอก แต่เข้ามาในเมืองตั้งแต่สมัยปู่ย่าแล้วละ เข้ามาตอนแรกพ่อก็ถีบสามล้อ ส่วนแม่ก็ขายของตั้งแต่สมัยยังสาวแหละ ของที่ขายก็จะเป็นพวกขนมที่เด็กกินก่อนไปโรงเรียน พวกข้าวต้มมัด ขนมเทียน น้ำเต้าหู้ น้ำอัดลม ของพวกนี้ก็จะเอามาจากตลาดเช้าแล้วเอามาขายต่อ แต่พอเก็บหอมรอมริบได้พอก็ตัดสินใจเลิกถีบสามล้อ หันมาทำอาชีพค้าขายเต็มตัว ช่วงแม่มีลูกคนแรกตอนนั้นแม่ก็อายุประมาณ 20 ปีได้ ช่วงมีลูกคนแรก มาถึงตอนนี้ก็เปิดร้านมาประมาณ 40 ปีได้แล้ว”¹

¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2550.

เมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา ทางเจ้าของร้านได้เพิ่มกิจการขายโลงศพขึ้นมาเพื่อเพิ่มรายได้ ทำให้ในปัจจุบันทางร้านมีธุรกิจอยู่ 2 ประเภทคือ ธุรกิจในส่วนของร้านค้าโชห่วย และในส่วนของการขายโลงศพ ดังนั้นทางเจ้าของร้านจึงยกหน้าที่ในการดูแลร้านค้าโชห่วยให้กับบุตรสาวเป็นผู้ดูแล และส่วนตัวเจ้าของร้านจะดูแลในส่วนของการขายโลงศพ แต่ในด้านการจัดการและบริหารนั้นจะเป็นการรวมค่าใช้จ่ายของทั้ง 2 ร้านมารวมกันเพื่อทราบถึงรายรับและรายจ่ายและเงินทุนหมุนเวียนในกิจการทั้ง 2 ประเภท

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ร้าน ก. เป็นร้านค้าโชห่วยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด เพราะเดิมลักษณะโครงสร้างของร้านเป็นเพียงบ้านไม้ 2 ชั้น 1 หลัง โดยทางร้านจะใช้พื้นที่ในส่วนของชั้นล่างเป็นพื้นที่ของร้านค้าโชห่วย และใช้พื้นที่ในส่วนบนเป็นส่วนของที่พักรถจักรยาน และในปี พ.ศ. 2543 ทางร้านได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร้านใหม่ ทำให้ลักษณะทางกายภาพของร้านมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมากซึ่งการเปลี่ยนแปลงของร้าน ก. จำแนกได้ดังนี้

1.1 สถานที่ตั้ง เดิมสถานที่ตั้งของร้านจะตั้งอยู่บริเวณมุมถนน แต่เมื่อปี พ.ศ. 2543 ทางร้านได้ย้ายสถานที่ตั้งของร้านใหม่ไปอยู่ที่ริมถนนแทน ซึ่งที่ตั้งของร้านแห่งใหม่นี้จะตั้งอยู่ห่างจากร้านเดิมราว 30 เมตร ซึ่งสถานที่ตั้งของร้านแห่งใหม่นี้ก็ยังถือว่ายังอยู่ในเขตชุมชนเดิมที่ร้านเคยตั้งอยู่ สาเหตุของการย้ายที่ตั้งร้านนี้ก็มาจากสาเหตุที่ว่าทางเจ้าของบ้านที่ร้านเช่าอยู่นั้นได้ทำการปรับปรุงอาคารและบ้านเรือนที่อยู่ในเขตที่ดินเดิมเพื่อรองรับความเจริญต่างๆที่เกิดขึ้นในจังหวัด อีกทั้งยังถือเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอาคารบ้านเรือนที่อยู่อาศัยให้มีราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านจำเป็นต้องย้ายที่ตั้งของร้านไปยังที่แห่งใหม่ และทางร้านก็ได้เลือกที่ตั้งของร้านแห่งใหม่ไม่ให้ห่างจากที่ตั้งของร้านแห่งเดิมมากนัก ทั้งนี้ก็เพราะทางร้านมีความผูกพันกับชุมชน และผู้คนที่อาศัยอยู่ร่วมกันในชุมชน

1.2 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ในยุคแรกก่อนที่จะมีการย้ายที่ตั้งของร้านไปยังแห่งใหม่นั้นจะมีลักษณะโครงสร้างเป็นแบบบ้านไม้ 2 ชั้น แต่เมื่อทางร้านได้ย้ายสถานที่ตั้งของร้านใหม่ก็ทำให้ลักษณะโครงสร้างของร้านเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทั้งนี้เพราะลักษณะโครงสร้างของร้านได้เปลี่ยนแปลงจากบ้านไม้ 2 ชั้นไปเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 1 คูหา และบ้านไม้ 2 ชั้นอีก 1 หลัง โดยทางร้านได้แบ่งพื้นที่ในส่วนของชั้นล่างของอาคารพาณิชย์ให้เป็นพื้นที่ของร้านค้าโชห่วย และในส่วนพื้นที่ชั้น 2 และชั้น 3 ทางร้านก็ได้แบ่งให้เป็นพื้นที่ของที่เก็บสินค้า

และที่พักอาศัยตามลำดับ และในส่วนของบ้านไม้ 2 ชั้นทางร้านก็ได้จัดให้เป็นส่วนของร้านขาย
 ใจศพบแยกออกไปต่างหากไม่ใช่พื้นที่ปะปนกับพื้นที่ในส่วนของร้านค้าโชห่วย



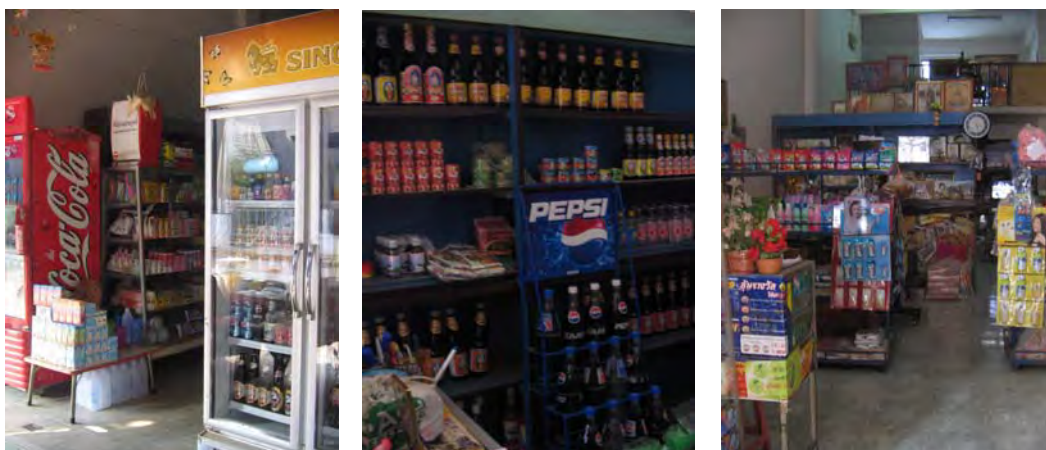
รูปที่ 11 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ก.

1.3 ขนาดของพื้นที่ ขนาดพื้นที่ของร้านในปัจจุบันมีขนาดพื้นที่ในส่วนที่เป็น
 อาคารพาณิชย์ คือ 14 ตารางวา และมีพื้นที่ที่เป็นส่วนของบ้านไม้อีก 24 ตารางวา ซึ่งในปัจจุบัน
 ขนาดพื้นที่ของร้านโดยรวมทั้งหมดคือ 38 ตารางวา ถือว่ามีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่าเดิมมาก เพราะ
 ขนาดพื้นที่ของร้านเดิมนั้นจะเท่ากับบ้านไม้เพียง 1 หลังเท่านั้น

1.4 การจัดวางสินค้า เดิมการจัดวางสินค้าของร้านจะรวมเอาในส่วนของสินค้า
 ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ตกแต่งใจศพบ และใจศพบเข้ามาปะปนกับสินค้าที่วางขายในส่วนของ
 ร้านค้าโชห่วยด้วย ทำให้สินค้าทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค สินค้าประเภทอาหารปะปนกันอยู่ทำให้
 การจัดสินค้าภายในร้านดูไม่เป็นระเบียบ แต่เมื่อมีการย้ายทำเลที่ตั้งของร้านใหม่ ทางร้านจึงมีการ
 จัดวางสินค้าแต่ละประเภทใหม่ โดยทางร้านจะแยกสินค้าในส่วน of ร้านค้าโชห่วยและสินค้าที่
 เกี่ยวข้องกับใจศพบออกจากกันอย่างชัดเจน โดยการจัดวางสินค้าของร้าน ณ สถานที่ตั้งแห่งใหม่
 นั้นจะใช้พื้นที่ของอาคารพาณิชย์ในส่วน of ชั้นล่างเป็นร้านค้าโชห่วย ซึ่งทางร้านจะแบ่งพื้นที่
 ออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. พื้นที่ด้านใน ส่วนอาคารพาณิชย์ เป็นการจัดวางสินค้าเพื่อการอุปโภค เช่น ผลซักฟอก สบู่ แชมพู และสินค้าเพื่อการบริโภคบางอย่างเช่น อาหารแห้ง กาแฟ น้ำปลา เป็นต้น และในส่วนของพื้นที่ด้านหน้าของร้านนั้นทางร้านก็ได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนย่อยคือ

ส่วนที่ 1 พื้นที่หน้าร้านด้านใน ทางร้านได้ตั้งตู้แช่เครื่องดื่มไว้ 2 ตู้ โดยตั้งไว้ที่ฝั่งด้านซ้าย 1 ตู้ และตั้งไว้ที่ฝั่งด้านขวาอีก 1 ตู้



รูปที่ 12 สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ภายในร้าน ก.

ส่วนที่ 2 พื้นที่หน้าร้านด้านนอก ทางร้านได้จัดวางสินค้าประเภทของใช้ภายในบ้าน ขนม และอาหารแห้งบางส่วน



รูปที่ 13 สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้าน ก.

2. พื้นที่ส่วนบ้านไม้ สินค้าที่วางขายภายในพื้นที่ส่วนนี้จะเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับโลงศพและอุปกรณ์ตกแต่งโลงศพ ดังนั้นจึงทำให้การจัดวางสินค้าของร้านในปัจจุบันจึงดูเป็นสัดส่วน และมีระเบียบมากขึ้น



รูปที่ 14 สินค้าประเภทโลงศพที่วางขายบริเวณพื้นที่ส่วนบ้านไม้

1.5 การเดินทางเข้าถึง การเดินทางเข้าถึงที่ตั้งของร้าน ก. จะใช้การเดินทางมาตามถนนเจริญเมือง ได้ทั้งขาเข้าและขาออก ซึ่งถือเป็นเส้นทางหลักในการเดินทาง และสามารถเดินทางโดยใช้อีกหนึ่งเส้นทางนั่นก็คือ การเดินทางมาทางถนนเจริญเมืองซอย 1 และซอย 2 ทั้งนี้การเดินทางเข้าถึงที่ตั้งของร้านนั้นก็สะดวกสบายมาตั้งแต่อดีต เพราะร้านตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ และอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้สามารถเดินทางเข้าถึงร้านได้ง่าย อีกทั้งถนนเจริญเมืองนั้นก็ยิ่งถือได้ว่าเป็นถนนสายหลักของเมืองเดิม ที่ในปัจจุบันจะเป็นทางผ่านของรถโดยสารประจำทางที่วิ่งให้บริการในเขตเมืองของจังหวัดสกลนคร

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้า สินค้าที่วางขายภายในร้านมีสินค้าหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทอาหาร สินค้าประเภทเครื่องอุปโภคและอาหารแห้งและรวมไปถึงโลงศพ และอุปกรณ์ตกแต่งโลงศพ ซึ่งถือได้ว่าสินค้าที่มีวางขายภายในร้านนั้นมีสินค้าขายครบตามความต้องการขั้นพื้นฐานของคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนได้มากเพียงพอ แต่พอเมื่อวันเวลาเปลี่ยนไปทางร้านก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านสินค้าภายในร้านนั้นมาจากเหตุผลที่ว่า

“แต่ก่อนที่ประตูทางเข้าโรงเรียนกับโรงพยาบาลมันอยู่ติดกับร้าน แต่เพื่อความสะดวกเขาก็ย้ายไปเปิดประตูด้านนู่น (ประตูทางเข้าในปัจจุบันห่างจากที่ตั้งร้านประมาณ 200 เมตร) ทำให้ลูกค้าต้องไปเข้าทางอื่นแทนแล้วเดี๋ยวนี้ลูกค้าก็ไม่ซื้อของแบบนี้

แล้ว ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไปไม่กินข้าวต้มมัด กับน้ำเต้าหู้
แล้ว ทำให้เราก็ต้องเปลี่ยนสินค้าที่ขายในร้านใหม่”²

การเปลี่ยนแปลงในด้านของสินค้าที่วางขายภายในร้านมีดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งที่มาของสินค้า เดิมทีนั้นสินค้าต่างๆที่ทางร้านนำมาวางขายนั้นจะมาจากหลายๆที่ เช่น ขนม และอาหารปรุงสำเร็จบางประเภททางร้านจะรับซื้อโดยตรงมาจากตลาดสดยามเช้าในเขตเทศบาลเมือง แต่สำหรับขนมขบเคี้ยว และสินค้าเพื่อการอุปโภคนั้นทางร้านจะนำมาจากร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด และในส่วนของสินค้าต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโรงศพนั้นทางร้านจะเป็นผู้ทำเองโดยทั้งหมด แต่พอเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตจังหวัดสกลนครแล้วนั้นทางร้านก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าในประเภทของขนมขบเคี้ยว อาหารแห้ง และสินค้าเพื่อการอุปโภคต่างๆใหม่ โดยในปัจจุบันทางร้านได้นำเอาสินค้าดังกล่าวมาจากห้างสรรพสินค้าแทน ซึ่งทำให้ทางร้านประหยัดเวลาในการเดินทาง และการเลือกซื้อสินค้าอีกต่อหนึ่ง

2.2 สินค้าที่วางขายในร้าน สินค้าวางขายภายในร้านเมื่อประมาณ 30 ปีที่ผ่านมาทางร้านจะเน้นสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ อาหารแห้ง และเครื่องอุปโภคในชีวิตประจำวันต่างๆ แต่พอเมื่อวันเวลาผ่านไปก็ทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย สินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จไม่เป็นที่ต้องการมากนัก ดังนั้นจึงทำทางร้านได้เลิกขายอาหารปรุงสำเร็จไป คงเหลือแต่สินค้าประเภทอาหารแห้ง น้ำอัดลม เครื่องอุปโภค และโรงศพ และเมื่อทางร้านได้ยกเลิกสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จไปแล้วนั้นทางร้านก็ได้เพิ่มสินค้าประเภทอื่นๆให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันสินค้าที่วางขายในร้านครบครันต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้นกว่าในอดีตมาก และสินค้าที่ขายดีภายในร้านจะเป็นสินค้าประเภทบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไข่ไก่ ขนม น้ำอัดลม เบียร์และสุรา แต่รายได้หลักของร้านจะมาจากการขายโรงศพและเครื่องตกแต่งโรงศพที่จะมีรายได้สูงกว่าการขายสินค้าภายในร้านค้าโชห่วย

2.3 ความหลากหลายของสินค้า สินค้าภายในร้านสมัยก่อนจะมีปริมาณมาก แต่ไม่มีความหลากหลายมากนัก เพราะสินค้าที่ทางร้านวางขายนั้นจะเป็นสินค้าประเภทเพื่อการอุปโภค-บริโภคขั้นพื้นฐาน ซึ่งสินค้าเหล่านี้ถือว่าสามารถพบเห็นได้ตามร้านค้าโชห่วยร้านอื่น

² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

ทั่วไปแต่เมื่อเมืองมีความเจริญมากขึ้นสินค้าที่วางขายร้านก็ค่อยๆเพิ่มความหลากหลายของสินค้าขึ้นทั้งนี้ความหลากหลายของสินค้าในร้านไม่ใช่จะมีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทมากขึ้นเท่านั้นแต่หากยังรวมไปถึงความหลากหลายของยี่ห้อและขนาดของสินค้าต่างๆอีกด้วย

2.4 ปริมาณของสินค้า สินค้าที่มีวางขายที่ร้านนั้นจะถูกจำกัดโดยขนาดพื้นที่ของร้าน และความต้องการต่อสินค้าของคนในชุมชน ทั้งนี้ปริมาณของสินค้าจะถูกจำกัดจากขนาดพื้นที่ของร้านก็เพราะว่า เดิมสินค้าที่วางขายในร้านจะมีทั้งสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ สินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภค และสินค้าประเภทโลงศพ ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านไม่สามารถเก็บสินค้าไว้ที่ร้านในปริมาณมากๆได้ อีกทั้งสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จก็ไม่สามารถที่จะซื้อมาเก็บไว้ได้ ทำให้ในอดีตปริมาณสินค้าที่มีขายในร้านจึงมีไม่มากนัก แต่เมื่อทางร้านได้ทำการย้ายสถานที่ตั้งของร้านใหม่ก็ทำให้ทางร้านมีพื้นที่ในการจัดเก็บ และการจัดวางสินค้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการแยกส่วนของร้านขายโลงศพออกจากร้านค้าโชห่วยเพื่อความเป็นสัดส่วน ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันทางร้านมีปริมาณของสินค้าภายในร้านเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของความต้องการสินค้าต่างๆของคนในชุมชนนั้นเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ทางร้านต้องเพิ่มปริมาณของสินค้าภายในร้านให้มากขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้ามาจาก 2 สาเหตุดังต่อไปนี้

1. สินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จได้หายไป เพราะคนในชุมชนไม่นิยมสินค้าเหล่านี้แล้วจึงทำให้ทางร้านไม่นำสินค้าประเภทนี้มาวางขายอีกต่อไป จึงทำให้ทางร้านเหลือพื้นที่ในการใช้วางสินค้าประเภทอื่นเพิ่มมากขึ้น

2. คนในชุมชนเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางร้านต้องเพิ่มปริมาณของสินค้าในร้านให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนได้อย่างเพียงพอและทั่วถึง

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริการ ในด้านของการให้บริการของทางร้านนั้น จะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 06.00-20.00 นาฬิกา ของทุกวันโดยไม่มีวันหยุด รูปแบบในการให้บริการของร้านค้าโชห่วยต่อลูกค้าของแต่ละร้านนั้นจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เพราะโดยทั่วไปแล้วทางร้านจะให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเดินเลือกหยิบสินค้าได้เอง แต่หากลูกค้าต้องการสินค้าบางอย่างเช่น น้ำอัดลม ทางร้านก็จะมาบริการให้ และเมื่อลูกค้าได้สินค้าครบตามความต้องการแล้วก็จะนำสินค้าต่างๆมาชำระราคาที่ยึดหน้าของร้านเช่นเดียวกันกับทุกๆร้าน แต่ในความ

คล้ายคลึงกันในรูปแบบของการให้บริการนั้นจะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคนิคการขายดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบการให้บริการ รูปแบบการให้บริการของร้านแบบเดิมนั้นจะอยู่ในรูปแบบของการที่ทางเจ้าของร้านจะหยิบสินค้าต่างๆให้กับลูกค้าเองเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะลักษณะทางกายภาพของร้าน และขนาดของร้านไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินเลือกซื้อสินค้าเองของลูกค้า แต่พอเมื่อทางร้านได้ย้ายสถานที่ตั้งของร้าน และมีการจัดวางสินค้าใหม่แล้วนั้น ทำให้ทางลูกค้าสามารถเดินเข้าไปในส่วนในพื้นที่ด้านในร้านและเลือกสินค้าเองได้ แต่หากยังมีสินค้าบางประเภทเช่น เครื่องอุปโภค และเครื่องดื่มเช่นสุรา ทางร้านยังคงทำหน้าที่หยิบสินค้าเหล่านี้ให้กับลูกค้าเช่นเดิม เพราะสินค้านี้จะอยู่ในส่วนพื้นที่ด้านในของตัวร้านทำให้ลูกค้าเดินเข้าไปเลือกและหยิบสินค้าเองไม่สะดวกนัก และถึงแม้ในปัจจุบันทางร้านจะให้ลูกค้าเดินเลือกสินค้าเองได้ตามความพอใจของลูกค้า แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการที่ร้านก็นิยมให้ทางเจ้าของร้านเป็นผู้หยิบสินค้าตามรายการที่ต้องการให้มากกว่า โดยทางลูกค้าได้ให้เหตุผลที่ให้ทางเจ้าของร้านหยิบสินค้าให้เพราะว่า หยิบของให้ก็เร็ว ชอบให้แกหยิบของให้มากกว่า ส่วนมากจะจอดรอ (จักรยานยนต์) รอที่หน้าร้านมากกว่าไปหยิบเอง³ ทั้งนี้เพราะจะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านประหยัดเวลาในการเลือกและหาสินค้าด้วยตัวเองมากกว่าการหยิบสินค้าเอง

3.2 เทคนิคการขายของร้าน เทคนิคการขายของทางร้านนั้นจะใช้วิธีการผูกมิตรกับลูกค้า และผู้คนในชุมชน กล่าวคือ การแถมสินค้าให้กับลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ซึ่งวิธีนี้ถือเป็นวิธีการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง และอีกเทคนิคหนึ่งที่ทางร้านนำมาใช้นั้นก็คือ การจัดหาสินค้าตามความต้องการของลูกค้าโดยทางร้านจะดูจากความต้องการส่วนมากของลูกค้า ซึ่งทางร้านจะใช้วิธีโยนหินถามทาง โดยการสอบถามถึงความต้องการของลูกค้าโดยตรง เพื่อทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าว่าลูกค้าต้องการสินค้าใดๆเพิ่มเติมอีกที่นอกเหนือจากสินค้าที่ทางร้านวางขาย ซึ่งเทคนิคการขายเช่นนี้ทางร้านก็ได้ใช้มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 7 ลูกค้าร้านค้าโช่วย, 2 กุมภาพันธ์ 2551.

3.3 ด้านเทคโนโลยี จากการเปิดให้บริการมากกว่า 40 ปี ของทางร้านที่มีระยะเวลายาวนานและความคุ้นเคยกับการคิดราคาสินค้า ดังนั้นทางร้านจะใช้เพียงเครื่องคิดเลขเข้ามาใช้ในการช่วยเหลือในการคิดคำนวณราคาสินค้าในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าในคราวละหลายๆ เท่านั้น แต่หากโดยทั่วไปแล้วเจ้าของร้านก็จะคิดคำนวณราคาค่าเอง ทั้งนี้เพราะลูกค้าจะซื้อสินค้าเพียงไม่กี่ชิ้น และราคาสินค้าก็ไม่สูงมากนัก ซึ่งทำให้ทางร้านไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องคิดราคาสินค้าทันสมัยเข้ามาให้บริการต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจของทางร้านจะมีการปรับตัวตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ทางร้านถือเป็นปัจจัยที่ทำให้ร้านมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งทางร้านได้มีการปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจดังต่อไปนี้

4.1 การเปลี่ยนแปลงด้านแหล่งที่มาของสินค้า ในการเปลี่ยนแปลงในด้านของแหล่งที่มาของสินค้านั้นทางร้านจะนำสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภคมาจากแหล่งขายสินค้าที่เดียวเท่านั้น แทนการแยกซื้อสินค้าจากหลายๆที่ ทั้งนี้เพื่อการประหยัดต้นทุนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเวลา ค่าน้ำมันในการเดินทาง และรวมไปถึงต้นทุนของราคาสินค้าที่นำมาวางขายในร้าน ดังนั้นเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตจังหวัดก็ถือว่าเป็นผลดีกับทางร้านที่ทำให้เจ้าของร้านเดินทางไปซื้อสินค้าจากแหล่งเดียวเท่านั้น ซึ่งจะทำให้ทางร้านซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และลดค่าใช้จ่ายของร้านได้อีกต่อหนึ่ง

4.2 การลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน ทั้งนี้เนื่องจากทางร้านประสบปัญหาในเรื่องของรายรับที่ลดลงจากยอดขายเดิม 40%⁴ แต่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยไม่ได้กล่าวว่าเป็นผลกระทบที่ได้รับมาจากห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการในเขตจังหวัด แต่ทางร้านได้ให้เหตุผลว่าเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน และการมีร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ที่เปิดให้บริการหลายสาขาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากปัญหาในด้านเศรษฐกิจนี้ทางร้านก็ได้มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยวิธีการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการใช้จ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว ค่าใช้จ่ายในส่วนของการขนส่ง และค่าใช้จ่ายในส่วนของการค้าโชห่วย ซึ่งการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการค้าโชห่วยที่นอกเหนือจากการนำสินค้ามาจากแหล่งที่มาเดียวแล้วนั้นทางร้านก็ได้ลดสินค้าในสต็อกของร้านลงไม่ซื้อสินค้ามาเก็บไว้มากเกินไป แต่จะค่อยๆทยอย

⁴ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

ซื้อสินค้ามาเพิ่มในร้านในกรณีที่สินค้าประเภทนั้นๆหมดจากร้านแล้วเท่านั้น ซึ่งจากการแก้ปัญหาส่วนนี้ก็จะทำให้ทางร้านจะมีเงินทุนหมุนเวียนภายในครอบครัวและร้านค้าทั้ง 2 ร้านต่อไป

5. **การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม** นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพสินค้า การบริการ และด้านเศรษฐกิจแล้วนั้น การปรับตัวทางด้านสังคมก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ร้านค้าช่วยเหลือยังคงอยู่รอดได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมของทางร้านมีดังต่อไปนี้

5.1 **การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า** การดูแลเอาใจใส่ของทางร้านจะถือการปฏิบัติกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน คือเจ้าของร้านจะยิ้มแย้มแจ่มใส และทักทายกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน เพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านส่วนใหญ่จะเป็นคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้ทั้งลูกค้าและเจ้าของร้านมีความสนิทสนมกันเป็นพิเศษ ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็เคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน รวมถึงการให้คำแนะนำต่อลูกค้าในกรณีที่ทางร้านไม่มีสินค้าที่ลูกค้าต้องการว่าลูกค้าจะสามารถหาซื้อสินค้าสิ่งนั้นได้จากที่ร้านไหน ซึ่งทางร้านก็จะแนะนำให้ลูกค้าไปใช้บริการในร้านค้าช่วยเหลือที่อยู่ในละแวกเดียวกัน หรือแนะนำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าที่ร้านขายสินค้าส่งบ้างแตกต่างกันไปตามแต่ประเภทของสินค้านั้นๆ ซึ่งในการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าให้ไปใช้บริการที่ร้านอื่นนั้นยังเป็นผลดีต่อร้านในด้านของการผูกมิตรกับร้านค้าช่วยเหลืออื่นๆได้อีกต่อหนึ่ง ซึ่งทางร้านก็ได้ปฏิบัติเช่นนี้เรื่อยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

5.2 **การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน** ในด้านของการให้ความช่วยเหลือ หรือร่วมกิจกรรมที่มีต่อชุมชนของทางร้านนั้นก็ได้มีการร่วมกิจกรรมต่างๆของชุมชนอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นความช่วยเหลือในส่วนของปัจจัยเรื่องเงิน สิ่งของต่างๆ และแรงงาน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการสัมภาษณ์จากเจ้าของร้านว่าทางร้านได้เข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆของชุมชนอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่กล่าวว่า “แกชอบเข้าวัดทำบุญนะ ช่วยเหลือเวลาที่มีกิจกรรมของชุมชนด้วยเห็นบ่อยแหละแกกับครอบครัวตามงานบุญ”⁵ การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนเช่นนี้เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในชุมชนที่ยังมีความเกื้อกูล และมีผลทำให้การค้าการขายดำเนินไปอย่างราบรื่นเพราะได้รับการสนับสนุนทั้งจากคนในชุมชน เพราะการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีก็จะทำให้ทางร้านและเจ้าของร้านเป็นที่ประทับใจของคนชุมชน

⁵ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 6 ลูกค้าร้านค้าช่วยเหลือ, 30 มกราคม 2551.

6. ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุง

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของลูกค้า และจากการสังเกตพบว่าร้าน ก. มีข้อควรปรับปรุงร้าน 2 ด้านคือ ด้านกายภาพของร้าน และด้านสินค้า ดังต่อไปนี้

6.1 ด้านกายภาพ

1. เพิ่มแสงสว่างภายในร้าน ลูกค้าของร้าน ก. ส่วนมากนั้นมีความต้องการให้ทางร้านเปิดไฟให้สว่างเพิ่มมากขึ้นเพราะหากเดินเข้าไปภายในร้านแล้วนั้นข้างในจะมืดๆทำให้มองหาสินค้าได้ยาก⁶ ทำให้ลูกค้าหลายรายไม่นิยมเดินเลือกสินค้าภายในร้าน แต่จะให้ทางร้านหยิบสินค้าให้มากกว่า โดยเฉพาะลูกค้าผู้สูงอายุที่สายตาไม่ค่อยดีนัก

2. จัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ การจัดวางสินค้าภายในร้านทั้งในส่วนพื้นที่ด้านนอกและด้านในที่ทางร้านจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบเท่าใดนักทำให้ร้านดูแคบและรก ซึ่งหากทางเจ้าของร้านค้าช่วยจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบจะทำให้ร้านดูเป็นระเบียบมากขึ้น⁷

6.2 ด้านสินค้า

ลูกค้าต้องการให้ทางร้านนำสินค้าแบบหีบห่อใหญ่ๆมาขายเช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบแพ็คละ 4 ห่อ หรือสินค้าจำพวกเครื่องใช้ส่วนตัว (แชมพู) ให้มีแบบขวดใหญ่มาวางขายภายในร้านบ้าง⁸ เพราะจะทำให้สินค้าภายในร้านมีให้เลือกหลายหลายขึ้น

⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 8 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 5 กุมภาพันธ์ 2551.

⁷ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 7 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 2 กุมภาพันธ์ 2551.

⁸ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 6 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 30 มกราคม 2551.

5.1.2 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ข. (นามสมมุติ) ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง (ใช้สัญลักษณ์สีส้มในแผนผัง)

ร้านค้าโชห่วยที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่สีส้ม (ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง) มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณชุมชนวัดโพธิ์ชัย ความเป็นมาของร้านเริ่มเมื่อ 21 ปีก่อน (พ.ศ. 2530) ทางเจ้าของร้านได้ลาออกจากงานประจำ มาเปิดร้านขายของ ซึ่งสาเหตุทำให้โดยให้เหตุผลในการลาออกจากราชการว่าต้องการดูแลบุตรชายทั้ง 3 คน ซึ่งหนึ่งใน 3 คนพิการ ทำให้ต้องการดูแลบุตรชายอย่างใกล้ชิด ดังนั้นจึงทำให้เลือกที่จะเปิดร้านโชห่วยเพราะสามารถทำอยู่ที่บ้านได้ และเป็นรายได้เสริมของครอบครัว⁹ โดยใช้พื้นที่ชั้นล่างของที่พักอาศัยดัดแปลงเป็นร้านค้าโชห่วย

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของทางร้านจะมีลักษณะเป็นบ้านพักอาศัยแบบครึ่งปูนครึ่งไม้ โดยชั้นล่างของบ้านจะเป็นโครงสร้างของปูน และทางร้านได้ใช้พื้นที่ในส่วนนี้เป็นร้านค้าโชห่วย และส่วนชั้นบนจะมีโครงสร้างเป็นไม้ที่ทางร้านใช้เป็นส่วนของที่พักอาศัย แต่เมื่อปี พ.ศ. 2548 ทางร้านก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงขนาดของบ้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งก็ทำให้ลักษณะทางกายภาพของร้านมีการเปลี่ยนแปลงไปดังนี้

1.1 สถานที่ตั้ง สถานที่ตั้งของร้านตั้งจะอยู่บริเวณริมถนนมรรคาลัย โดยถนนมรรคาลัยนี้เป็นถนนสายรองของจังหวัดและสถานที่ตั้งของร้านจะอยู่ใกล้กับสถานที่ราชการหลายๆแห่ง ทั้งโรงเรียน สนามกีฬา และสถานีตำรวจ

1.2 ลักษณะโครงสร้างของร้าน เดิมลักษณะของร้านจะเป็นบ้านเดี่ยวครึ่งปูนครึ่งไม้ แบ่งพื้นที่ในส่วนทางด้านล่างเป็นร้านค้าโชห่วย และใช้พื้นที่ในส่วนของชั้นบนเป็นส่วนของที่พักอาศัย แต่เมื่อปี พ.ศ. 2548 ทางร้านได้มีการต่อเติมพื้นที่ว่างทางด้านขวาของตัวร้านให้เป็นพื้นที่ของห้องรับแขก ซึ่งจากการต่อเติมร้านใหม่นั้นได้ทำให้ขนาดของร้านมีพื้นที่ใหญ่กว่าเดิมเล็กน้อย

⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 2 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.



รูปที่ 15 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ข.

1.3 ขนาดของพื้นที่ ขนาดของพื้นที่ของร้านในปัจจุบันมีขนาดพื้นที่กว้างกว่าเดิมเล็กน้อย ทั้งนี้เพราะเกิดจากการต่อเติมพื้นที่ว่างทางด้านขวาของร้านเมื่อปี พ.ศ. 2548 ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันพื้นที่ของร้านมีขนาด 63 ตารางวา

1.4 การจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าของทางร้านยังคงรูปแบบเดิมเอาไว้ เช่นในอดีต โดยทางร้านได้ใช้พื้นที่ชั้นล่างของบ้านเป็นร้านขายสินค้า ซึ่งพื้นที่ในส่วนนี้ทางร้านได้แบ่งพื้นที่ในการจัดวางสินค้าออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1. พื้นที่ในส่วนของผนังร้านทั้ง 2 ฝั่งซ้าย-ขวา ที่มีการจัดวางสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคไว้ที่ชั้นวางสินค้าด้านขวาของตัวร้าน และส่วนพื้นที่ผนังทางฝั่งซ้ายนั้นทางร้านได้ตั้งตู้แช่เครื่องดื่มเอาไว้

ส่วนที่ 2. พื้นที่ส่วนกลางของตัวร้าน พื้นที่ในส่วนนี้ทางร้านจะจัดวางสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวเอาไว้ ซึ่งการจัดวางสินค้าในพื้นที่ส่วนนี้จะดูไม่เป็นระเบียบนักเพราะขนมต่างๆจะวางปะปนกันอยู่

ส่วนที่ 3. พื้นที่ส่วนหน้าร้านชั้นล่าง พื้นที่ในส่วนหน้าร้านชั้นล่างนั้นจะมีโต๊ะขนาดใหญ่ที่ทางร้านได้จัดวางสินค้าประเภทผลไม้สดและข้าวของอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการทำน้ำแข็งไส ไว้บริการลูกค้าเพิ่มเติมจากขนมขบเคี้ยวที่ทางร้านมีวางขาย

ส่วนที่4. พื้นที่ส่วนเพดานด้านหน้าร้าน พื้นที่ในส่วนหน้าร้านนี้ทางร้านได้ใช้ในส่วนเพดานร้านในการห้อยโชว์สินค้าประเภทของเล่น ครีมนาทิว ผงซักฟอก และแชมพูแบบบรรจุของห้อยระยะโยงระยงลงมาด้านล่าง

ส่วนที่5. พื้นที่ทางด้านขวา (พื้นที่ต่อเติมใหม่) พื้นที่นั้นนอกเหนือจากที่ทางร้านจะให้จัดเป็นห้องรับแขกแล้วนั้น ทางร้านยังได้มีการนำเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ มาตั้งไว้เพื่อให้บริการแก่คนในชุมชนอีก 3 เครื่อง ซึ่งถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับทางร้านได้อีกต่อหนึ่ง



รูปที่16 การจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าของร้าน ข.



รูปที่17 สินค้าและการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ภายในและบริเวณด้านหน้าของร้าน ข.

1.5 การเดินทางเข้าถึง สถานที่ตั้งของร้าน ข. ถือเป็นทางผ่านในการเดินทางไปยังสถานที่ราชการต่างๆหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็น โรงเรียน สนามกีฬา และสถานีตำรวจเป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้สามารถเดินทางเข้าถึงร้านได้โดยง่ายไม่ว่าจะเป็นการเดินทางทางจากถนนมรรคาถ้อยเองโดยตรง หรือจากถนนสุขเกษม และเลี้ยวขวาตัดเข้าถนนมรรคาถ้อยก็ได้เช่นกัน

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้า สินค้าที่มีวางขายภายในร้านนั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทขนม มากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เพราะที่ตั้งของร้านถือเป็นทางผ่านของเด็กนักเรียนในการเดินทางไปโรงเรียน แต่ในอดีตนั้นสินค้าที่มีวางขายในร้านจะมีสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคมากกว่าในปัจจุบัน ดังนั้นจะสามารถจำแนกการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าของทางร้านได้ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งที่มาของสินค้า ในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าที่ทางร้านนำมาวางขายนั้นจะไม่มีเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะสินค้าที่ทางร้านวางขายนั้นโดยมากแล้วจะเป็นสินค้าประเภทขนม และสินค้าอุปโภคที่ทางร้านนำมาจากร้านขายสินค้าส่ง น้ำอัดลมมาจากบริษัทไทยน้ำทิพย์สาขาในจังหวัด ในส่วนของน้ำแข็งไส และผลไม้ดองทางเจ้าของร้านจะทำขายให้กับลูกค้าด้วยตนเอง

2.2 สินค้าที่วางขายในร้าน สินค้าที่วางขายที่ร้านเดิมนั้นจะมีสินค้าทั้งเพื่อการอุปโภค-บริโภค ในสัดส่วนที่เท่ากัน แต่เมื่อประมาณ 5-6 ปีที่ผ่านมา สินค้าในประเภทเพื่อการอุปโภคได้ลดน้อยลงไป ทั้งนี้เพราะลูกค้าโดยส่วนใหญ่ของร้านจะเป็นกลุ่มเด็กและกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งสินค้าที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าจะมีเพียง ขนม น้ำอัดลม บุหรี่และสุราเป็นต้น ซึ่งจากความต้องการของกลุ่มลูกค้านี้เองที่เป็นตัวกำหนดให้สินค้าที่วางขายที่ร้านในปัจจุบันจะเน้นไปที่สินค้าเพื่อการบริโภคเป็นส่วนใหญ่

2.3 ความหลากหลายของสินค้า เดิมสินค้าที่มีวางขายในร้านนั้นถือได้ว่าครอบคลุมกับความต้องการของคนในชุมชน ทั้งนี้เพราะในอดีตความเจริญยังไม่เข้ามาถึงตัวจังหวัดนักจึงทำให้ทางร้านจัดได้ว่าเป็นร้านค้าโซ่ห่วยขนาดใหญ่ประจำชุมชน แต่พอเมื่อมีความเจริญเข้าถึงจังหวัดสกลนคร เช่น ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) และห้างสรรพสินค้า มาเปิดให้บริการแล้วนั้นก็ทำให้ลูกค้าของร้านหันไปใช้บริการที่ร้านเหล่านั้นเพิ่มขึ้น ซึ่งก็ได้ทำให้ทางร้านลดสินค้าประเภทเพื่อการอุปโภคลงไป แต่ทั้งนี้เนื่องจากฐานลูกค้าของร้านจะเป็นกลุ่มเด็กและกลุ่มวัยรุ่นจึงทำให้ทางร้านเพิ่มสินค้าประเภทขนมและเครื่องดื่มภายในร้านให้มีความหลากหลายในรสชาติ และมีหลากหลายยี่ห้อเพิ่มมากขึ้น

2.4 ปริมาณของสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันสินค้าที่วางขายภายในร้านประเภทเครื่องอุปโภคได้ลดน้อยลงไป แต่ทางร้านก็ได้เพิ่มปริมาณของสินค้าในร้านประเภทขนม น้ำอัดลม สุรา และบุหรี่ยังมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นแทนเพราะสินค้าเหล่านี้จะตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากกว่า ดังนั้นในปัจจุบันปริมาณของสินค้าประเภทดังกล่าวจึงมีมากขึ้นกว่าในอดีตมาก เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริการ การเปิดให้บริการของทางร้านนั้นจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 06.00-21.00 นาฬิกา ของทุกวันโดยไม่มีวันหยุด แต่หากจะมีวันหยุดนั้นก็จะมีสาเหตุมาจากทางเจ้าของร้านจะมีธุระเท่านั้น ในส่วนของรูปแบบการบริการของร้านนั้นจะอยู่ในรูปแบบของการให้บริการตนเองของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งก็ถือเป็นรูปแบบที่คล้ายคลึงกันกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆโดยทั่วไป แต่ทั้งนี้ในด้านของการบริการของทางร้านก็จะมีการปรับตัวในด้านของรูปแบบการให้บริการลูกค้า ดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบในการให้บริการ รูปแบบการให้บริการของร้านในอดีตนั้นหากเป็นสินค้าเพื่อการอุปโภคหรืออาหารแห้ง น้ำอัดลม ผลไม้ดอง ทางร้านจะเป็นฝ่ายหยิบ-ตักสินค้าเหล่านี้ให้กับลูกค้าเอง แต่หากเป็นสินค้าจำพวกขนมขบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และของเล่นนั้นลูกค้าจะสามารถเลือกหยิบสินค้าเองได้ แต่ในปัจจุบันรูปแบบในการให้บริการของร้านได้เปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยคือ ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้เองทุกประเภท ทั้งนี้เนื่องมาจากสุขภาพของผู้ขายที่ไม่ดีนัก หากแต่ยกเว้นการตักผลไม้ดอง และน้ำแข็งใส เพราะทางฝ่ายเจ้าของร้านจะตัก-ทำให้ด้วยตัวเอง

3.2 เทคนิคการขายของร้าน เทคนิคการขายของทางร้านนั้นทางเจ้าของร้าน คำโชห่วยจะพูดจา ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านทุกคน อีกทั้งเจ้าของร้านยังสามารถจดจำชื่อของลูกค้าได้ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการที่ร้านเป็นประจำ ซึ่งก็ทำให้เจ้าของร้านและลูกค้าสามารถพูดจาหยอกล้อกันได้

เทคนิคการขายอีกหนึ่งของร้านคือ การมีเก้าอี้ไว้ให้บริการแก่ลูกค้า โดยเมื่อก่อนทางร้านก็จะมีเก้าอี้และแคร่อีก 1 ตัวไว้ให้บริการ แต่ลูกค้าบางส่วนก็จะนำเสื้อมาปูในบริเวณพื้นที่ว่างด้านขวาของร้านซึ่งในขณะนั้นทางร้านยังไม่ได้มีการต่อเติมพื้นที่ในส่วนของห้องรับแขก แต่เมื่อทางร้านเห็นว่าลูกค้ามีเก้าอี้นั่งไม่เพียงพอจึงได้เพิ่มจำนวนของเก้าอี้ให้มากขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันอยู่เช่นเดิม



รูปที่ 18 เก้าอี้ที่ทางร้านมีไว้บริการลูกค้า

3.3 ด้านเทคโนโลยี ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทางร้านไม่มีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงใดมาใช้ในการบริหารและจัดการร้าน แต่ทางร้านมีเพียงเครื่องคิดเลข 1 เครื่องเท่านั้นที่ทางร้านจะนำมาคิดราคาสินค้าในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าหลายอย่าง แต่ทั้งนี้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านโดยส่วนใหญ่ก็จะซื้อสินค้าในราคาที่ไม่สูงมากนักซึ่งเจ้าของร้านสามารถคิดราคาสินค้าเองได้โดยไม่ต้องพึ่งเครื่องคิดเลขซึ่งจากสาเหตุนี้เองจึงทำให้ทางร้านไม่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อช่วยในด้านบริการที่ร้าน

3.4 เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ เดิมทางร้านจะขายสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคเท่านั้น แต่เมื่อปี พ.ศ. 2548 ทางร้านได้เพิ่มเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญขึ้นมา ทั้งนี้เจ้าของร้านได้ให้เหตุผลว่าในการเพิ่มการบริการในส่วนของเครื่องซักผ้าว่า สถานการณ์บ้านเมืองมันเจริญขึ้นทำให้ผู้คนี่เกี่ยวข้องเยอะขึ้น เลยทำให้คิดว่าน่าจะเอาเครื่องซักผ้ามาเพิ่มในร้านให้กับคนแถวนี้แล้วก็น่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้น¹⁰ ประกอบกับสถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน และหอพักของนักเรียน ซึ่งเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วย นำเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนและนักเรียนที่พักอาศัยในละแวก

¹⁰ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 2 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.



รูปที่ 19 เครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญที่ตั้งไว้ให้บริการกับลูกค้า

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจของทางร้านนั้นทางเจ้าของร้านได้นำแนวความคิดเรื่องเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิตคือการไม่ทำอะไรฟุ้งเฟ้อเกินตัว พอใจและจะมีความสุขกับชีวิตในปัจจุบันดีกว่าที่จะดิ้นรนขวนขวายทำอะไรเกินความสามารถของตน ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ไม่ดีนักทำให้ทางร้านไม่อยากจะลงทุน หรือฟุ้งเฟ้ออะไรเกินความจำเป็น

5. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การปรับตัวทางด้านสังคมของทางร้าน ข. ในปัจจุบันจะใช้หลักในเรื่องของความจริงใจที่เสมอต้นเสมอปลายกับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน ซึ่งทั้งนี้การปรับบทบาทของร้านให้เข้ากับสภาพสังคมของร้านมีดังต่อไปนี้

5.1 การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ในด้านของการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของทางร้านนั้นพบว่าทางเจ้าของร้านจะสามารถจดจำชื่อของลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านได้ รวมทั้งทางเจ้าของร้านยังสามารถจดจำได้ว่าสินค้าที่ลูกค้าแต่ละคนซื้อเป็นประจำคืออะไร ซึ่งตรงจุดนี้แสดงให้เห็นถึงความผูกพันของทั้งฝ่ายเจ้าของร้านและลูกค้าที่อาศัยระยะเวลาเป็นองค์ประกอบ เพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชนเอง และกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าเก่าแก่ ซึ่งลูกค้าเก่าแก่นี้หมายถึงลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านตั้งแต่เด็กลูกค้าบางรายของร้านเป็นลูกค้าของร้านมาตั้งแต่เป็นนักเรียนที่เดินผ่านร้านเพื่อไป-กลับโรงเรียน และเมื่อโตขึ้นก็ยังคงมาใช้บริการที่ร้านอย่างสม่ำเสมอ

5.2 การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน ในส่วนของการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนนั้น ทางร้านจะให้ความช่วยเหลือในด้านปัจจัยต่างๆ เช่น ขนม น้ำอัดลม สุรา น้ำแข็ง และเงินแก่ชุมชนตามงานเทศกาลต่างๆ แต่ทางร้านจะไม่ให้เข้าไปให้ความช่วยเหลือในด้านของแรงงาน เพราะฝ่ายเจ้าของร้านนั้นอายุมาก และสุขภาพไม่แข็งแรงจึงไม่สามารถเข้าไปช่วยเหลือด้านแรงงานได้

6. ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุง

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของลูกค้า และจากการสังเกตพบว่าร้าน ข. มีข้อควรปรับปรุงร้าน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพของร้าน ด้านสินค้า และด้านการบริการของร้าน พร้อมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ทางผู้วิจัยได้ข้อมูลมาจากการสังเกตดังต่อไปนี้

6.1 ด้านกายภาพ

1. การเพิ่มแสงสว่างภายในร้าน ทั้งนี้เพราะเนื่องจากทางร้านไม่ค่อยเปิดไฟภายในร้านซึ่งทำให้ร้านดูมืด อับ และคับแคบ ทำให้ลูกค้าหาสินค้าได้ยาก¹¹ ดังนั้นทางร้านควรเปิดไฟเพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
2. มีชั้นวางของ และจัดข้าวของในร้าน เพราะในการวางขนม และสินค้าอื่นๆ ของร้านจะวางกองๆ และปะปนกันอยู่ ซึ่งดูไม่เป็นระเบียบ เพราะหากทางร้านจัดสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย¹² เช่น จัดสินค้าเข้าตู้โชว์สินค้าที่ทางร้านมีอยู่ และแยกขนมแต่ละประเภทออกจากกันเพียงเท่านั้นก็จะทำให้พื้นที่ในร้านดูโล่งและปลอดโปร่งขึ้นทั้งนี้จะเป็นการแก้ปัญหาในเรื่องของร้านเล็ก และแคบลงได้อีกต่อหนึ่ง
3. เพิ่มโต๊ะ เก้าอี้ บริเวณพื้นที่หน้าร้านให้มากขึ้นอีกซัก 2-3 ชุด (ชุดละ 4 ตัว) เพื่อให้มีที่นั่งให้มากขึ้นจากเดิมที่มีเก้าอี้อยู่เพียง 6-7 ตัว เพื่อให้เพียงพอต่อลูกค้าที่เข้ามา¹³ ใช้

¹¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 10 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 12 พฤศจิกายน 2550.

¹² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 9 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

¹³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 9 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

บริการที่ร้าน และควรจัดวางโต๊ะ-เก้าอี้ นั่งให้เป็นระเบียบมากขึ้น โดยไม่วางเก้าอี้เกะกะในส่วนของพื้นที่หน้าร้านมากเกินไป เพราะจะทำให้ลูกค้าคนอื่นเดินเข้าไปใช้บริการในร้านได้สะดวกนัก ดังนั้นควรจัดโต๊ะ-เก้าอี้ให้ลูกค้าได้นั่งในส่วนในพื้นที่บริเวณที่เยื้องออกไป¹⁴ ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ว่างด้านหน้าของโรงจอดรถของเจ้าของร้าน หรือพื้นที่ว่างด้านหน้าบริเวณที่วางเครื่องซักผ้าก็ได้

6.2 ด้านสินค้า ทางเจ้าของร้านควรเอาใจใส่ในด้านมาตรฐานของสินค้า เช่น ผลไม้ดองที่เจ้าของร้านทำขายเองซึ่งเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของร้าน แต่ผลไม้ดองไม่ค่อยสะอาดเท่าที่ควรซึ่งจะดูจากภาชนะที่ใส่ อีกทั้งเมื่อรับประทานเข้าไปแล้วมีลูกค้าบ่นว่าท้องเสียบ้าง ประกอบกับสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวที่ทางร้านวางขายนานเกินไปทำให้ไม่กรอบ¹⁵ ดังนั้นทางร้านควรใส่ใจในด้านมาตรฐานและความสะอาดของสินค้าที่วางขายและสินค้าที่ประเภทผลไม้ดองทางร้านทำขายเองด้วย เพราะสินค้าที่ทางเจ้าของร้านทำขึ้นเองจะเป็นสินค้าที่ทางลูกค้านิยมซื้อ มากอีกประเภทหนึ่งในร้าน

6.3 ด้านการบริการ

1. ร้าน ปิดบริการเร็วเกินไป โดยจะปิดเวลาบริการประมาณ 21.00 นาฬิกา แต่เนื่องจากร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก และสนามกีฬาที่อยู่ใกล้ๆร้านก็มักจะมีการจัดกิจกรรมสำคัญของจังหวัดอยู่เสมอ ดังนั้นหากร้านปิดให้บริการเร็วจะทำให้ทางร้านเสียโอกาสที่จะให้บริการแก่ลูกค้าในช่วงเวลานั้นไป

2. อยากให้คงความเป็นกันเองนี้ไว้ เพื่อคงความเป็นร้านโชห่วยอีกต่อไป เพราะในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า หรือร้านโชห่วยก็จะมีสินค้าที่ขายเหมือนกันดังนั้นจึงอยากให้ร้านโชห่วยคงความเป็นกันเองอย่างนี้ต่อไป เพราะความคุ้นเคย คำนึงกันเช่นนี้จะไม่มีให้เห็นในห้างสรรพสินค้า¹⁶

¹⁴ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้านำร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

¹⁵ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้านำร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

¹⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้านำร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

6.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากการสังเกตจากร้านค้าพบว่า พื้นที่ด้านหน้าร้าน จะเป็นสถานที่ที่มีการจับกลุ่มดื่มสุราและสูบบุหรี่ของกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่มีอายุไม่เกิน 18 เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นทางเจ้าของร้านค้าควรพิจารณาว่าสมควรหรือไม่ให้ปล่อยให้ร้านกลายเป็นแหล่งมั่วสุมซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของร้านไปในทางที่ไม่ดีในอนาคต

5.1.3 การเปลี่ยนแปลงของร้าน ค. (นามสมมุติ) ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตตำบลธาตุเชิงชุม (ใช้สัญลักษณ์สีเหลืองในแผนผัง)

ร้านค้าโชห่วยตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่บนถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ที่เป็นถนนสายหลักของจังหวัดในปัจจุบันในฝั่งขาออก และอยู่ในส่วนเขตตำบลธาตุเชิงชุม ความเป็นมาของร้าน ค. เริ่มต้นขึ้นในปีพ.ศ. 2543 โดยทางเจ้าของร้านเล่าว่า

“แต่ก่อนเป็นผู้รับเหมา (อาชีพรับเหมาก่อสร้าง) แต่พอถึงช่วงยุคค่าเงินบาทลอยตัวป่าเลยหยุดอาชีพรับเหมาไปพอปี 43 เศรษฐกิจมันเริ่มดีขึ้นป่าเลยไปกู้เงินจากธนาคารมาลงทุน ป่าจะเป็นคนดูแลร้านแล้วก็ให้ลูกกลับไปทำรับเหมาเหมือนเดิม ตอนนั้นก็เปิดร้านมาได้ 8 ปีแล้ว”¹⁷

สถานที่ตั้งของร้าน ค. จะเป็นพื้นที่ที่ได้มีการขยายตัวจากเขตเมืองเดิม ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้ในปัจจุบันจะมีผู้คนอาศัยอยู่มาก เพราะเป็นพื้นที่ที่มีสถานที่ราชการตั้งอยู่ในละแวกหลายแห่ง อีกทั้งร้านยังตั้งอยู่ใกล้ตลาดสด จึงทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาในละแวกตลอดเวลาในช่วงกลางวัน

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ลักษณะโดยทั่วไปของร้านจะมีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์สูง 3 ชั้น 2 คูหา โดยทางร้านได้จัดพื้นที่ชั้นล่างของอาคารเป็นร้านค้าโชห่วย และใช้พื้นที่อีก 2 ชั้นที่เหลือเป็นที่พักอาศัย ทั้งนี้ลักษณะทางกายภาพของร้านในส่วนของสถานที่ตั้ง และขนาดของร้านไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆทั้งสิ้น แต่ทางร้านได้มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของ

¹⁷ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 3 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 25 ธันวาคม 2550.

โครงสร้างของร้าน การจัดวางสินค้า และการเดินทางเข้าถึงที่ตั้งของร้าน ซึ่งอธิบายในรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ลักษณะโครงสร้างจะคล้ายกับอาคารพาณิชย์อื่นๆทั่วไป คือ พื้นที่ในส่วนชั้นล่างจะเป็นพื้นที่โล่ง เนื่องจากทางร้านได้ทำการเชื่อมต่อกับพื้นที่ชั้นล่างของอาคารพาณิชย์ทั้ง 2 คูหาเข้าด้วยกันทำให้เกิดเป็นพื้นที่โล่งเพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการตั้งชั้นวางสินค้า และตู้แช่เครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งตั้งแต่ทางร้านเปิดให้บริการเรื่อยมาจนถึงช่วงปี พ.ศ. 2548 นั้นพื้นที่ในส่วนด้านหน้าของร้านจะเปิดโล่งเอาไว้ แต่เมื่อปีพ.ศ. 2549 ทางร้านได้มีการปรับปรุงด้านกายภาพของร้านใหม่ โดยทางร้านได้นำกระจกมาตกแต่งบริเวณด้านหน้าร้านเพื่อความสวยงามดึงดูดสายตาของลูกค้า และกระตุ้นให้ลูกค้ามีความรู้สึกต้องการเข้ามาใช้บริการที่ร้านมากขึ้น อีกทั้งพื้นที่ในส่วนด้านขวาด้านหน้านอกตัวอาคารพาณิชย์ทางร้านยังให้มีแผงของช่างซ่อมนาฬิกาเข้ามาเช่าพื้นที่อีกต่อหนึ่ง



รูปที่ 20 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ค.



รูปที่ 21 แผงซ่อมนาฬิกาด้านหน้าร้าน ค.

1.2 การจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าภายในร้านจะเป็นการจัดแบบง่าย คือพื้นที่ส่วนกลางของร้านจะมีชั้นวางสินค้าตั้งเรียงกันอยู่ 3 แถว มีตู้แช่เครื่องดื่ม โต๊ะคิดราคาสินค้า ตั้งอยู่ติดประตูทางเข้าร้านด้านซ้าย และในส่วนประตูทางด้านขวาจะมีตู้ไอศกรีม ตั้งไว้บริการลูกค้า 1 ตู้

ในส่วนพื้นที่ด้านนอกตัวอาคาร (ด้านหน้าร้าน) ทางร้านได้จัดวางสินค้าอีกหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นถังน้ำแข็ง น้ำดื่ม ไม้กวาด และเครื่องสังฆทาน เป็นต้น เรียกได้ว่าทางร้านได้ใช้พื้นที่ทุกส่วนในการจัดวางสินค้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่ทางร้านจะสามารถจัดวางสินค้าได้



รูปที่ 22 การจัดวางสินค้าในตู้โชว์และการจัดวางสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้าน ค.

1.3 การเดินทางเข้าถึง ในการเดินทางเข้าถึงร้าน ค. ร้านค้าตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ในเขตตำบลธาตุเชิงชุม สามารถเดินทางเข้าถึงได้ 1 ช่องทางหลัก โดยการใช้ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ที่มุ่งหน้าออกนอกตัวเมืองสกลนคร แต่ยังมีอีก 1 เส้นทางที่ลูกค้าสามารถใช้ในการเดินทางเข้าถึงตัวร้านได้นั้นก็คือการใช้เส้นทางลัดผ่านตลาดสดใกล้สถานที่ตั้งของร้านที่จะมีซอยเล็กๆตัดผ่านมายังด้านข้างของตัวร้านและเลี้ยวซ้ายย้อนถนนสายสกลนคร-อุดรธานีเล็กน้อยก็จะเข้าถึงร้านได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการเดินทางในวิธีที่ 2 นี้จะเป็นวิธีที่ลูกค้ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษาจะนิยมใช้ในการเดินทางมากกว่าการเดินทางเข้าถึงร้านโดยวิธีแรก



รูปที่ 23 ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ฝั่งขาออกด้านหน้าร้าน ค.

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้า สินค้าที่วางขายภายในร้านนั้นเรียกได้ว่าครบครันต่อความต้องการของลูกค้า แต่หากเปรียบเทียบกับร้านโชห่วยร้านอื่นที่อยู่ในละแวกเดียวกันแล้วนั้นถือว่าสินค้าที่ทางร้านมีวางขายจะไม่หลากหลายเท่ากับร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน แต่ทั้งนี้ทางร้านก็ได้เพิ่มสินค้าภายในร้านอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าของทางร้านมีดังต่อไปนี้

2.1 สินค้าที่วางขายในร้าน เดิมสินค้าที่วางขายที่วางขายภายในร้านจะมีเพียงสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคทั่วไป เช่น ขนม น้ำอัดลม อาหารแห้งและของใช้ส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งสินค้าที่วางขายภายในร้านก็ค่อยๆเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะในปัจจุบันสินค้าที่วางขายที่ร้านจะมีสินค้าจะพวกเครื่องใช้เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นหลอดไฟ ไม้กวาด อีกทั้งยังมีสินค้าจำพวกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเครื่องสำอางมาวางขายที่ร้านร่วมด้วย

2.2 ความหลากหลายของสินค้า เดิมสินค้าที่วางขายที่ร้านจะเน้นสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคขั้นพื้นฐาน แต่ทางร้านก็ได้เพิ่มประเภทของสินค้าภายในร้านให้มากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสินค้าในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น หลอดไฟ สินค้าประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน เช่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น ชันน้ำ สินค้าประเภทของใช้กระจุกกระจิก ไอศกรีม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมไปถึงเครื่องสำอางที่ทางร้านนำมาวางขาย เพราะทางเจ้าของร้านอยากให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อของที่ร้านแล้วได้สินค้าครบทุกอย่างตามที่ต้องการออกไป¹⁸

2.3 ปริมาณของสินค้า สินค้าที่ทางร้าน ค. มีไว้บริการให้กับลูกค้านั้นเดิมจะมีปริมาณของสินค้าไม่มากนัก แต่เมื่อทางร้านได้เพิ่มความหลากหลายของสินค้าภายในร้านให้มากขึ้นก็ได้ทำให้ปริมาณของสินค้าที่วางขายมีมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากการจัดวางสินค้าของทางร้านที่ไม่สวยงามและไม่เป็นระเบียบทำให้สินค้าหลายประเภทต้องถูกนำมาวางไว้บริเวณพื้นที่ส่วนหน้าร้าน และเนื่องจากปริมาณของสินค้าภายในร้านที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และทางร้านก็ไม่จัดวางสินค้าให้ดีและจัดเป็นหมวดหมู่ให้เกิดความเป็นระเบียบ จึงทำให้สินค้าภายในร้านดูรก ระเกะระกะ และหาสินค้ายาก



รูปที่ 24 การจัดวางสินค้าที่กินพื้นที่ออกมาถึงบาทวิถีด้านหน้าของร้าน ค.

¹⁸ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 3 เจ้าของร้านค้าโช่วย, 25 ธันวาคม 2550.

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริการ ในด้านการบริการของทางร้านนั้นจะเปิดให้บริการในวันจันทร์-เสาร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-20.00นาฬิกา และจะปิดให้บริการในทุกวันอาทิตย์ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นวันหยุดพักผ่อนของเจ้าของร้าน และในส่วนของรูปแบบในการให้บริการของทางร้านนั้นก็จะให้ลูกค้าเดินเลือกสินค้าเองทั้งในส่วนของสินค้าที่ตั้งอยู่ด้านในและด้านนอกของร้าน เหมือนกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆที่เปิดให้บริการทั่วไป แต่จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านนั้นพบว่า รูปแบบการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วถือว่าเป็นจุดเด่นของร้าน ค. การให้บริการของร้าน ค. มีรูปแบบการให้บริการดังต่อไปนี้

3.1 ลูกค้าเดินเลือกสินค้าด้วยตัวเอง รูปแบบในลักษณะนี้จะเป็นรูปแบบของการให้บริการที่เหมือนกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆทั่วไป คือลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านสามารถเลือกสินค้าได้เองทั้งในส่วนของสินค้าที่วางอยู่ภายในและด้านนอกของร้าน และเมื่อทางลูกค้าได้สินค้าที่ต้องการแล้วก็จะนำสินค้ามาชำระราคาสินค้าที่โต๊ะคิดราคาสินค้าด้านหน้าร้าน

3.2 พนักงานของร้านหยิบสินค้าให้ การให้บริการของร้าน ค.ในรูปแบบนี้จะเป็นในลักษณะที่ทางลูกค้าจะแจ้งรายการสินค้าที่ตนต้องการต่อทางเจ้าของร้านหรือพนักงานในร้าน จากนั้นทางร้านจะจัดสินค้าใส่ถุงพร้อมกับคิดราคาสินค้าให้กับลูกค้าที่รอชำระราคาสินค้าด้านหน้าร้าน ซึ่งรูปแบบการให้บริการเช่นนี้ทางลูกค้าจะใช้เวลาในการซื้อสินค้าไม่นานนักทำให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาโดยเฉพาะนักเรียน-นักศึกษาชายที่นิยมซื้อสินค้าที่ร้านกันมาก

3.3 ด้านเทคนิคการขายของร้าน เนื่องจากรูปแบบการให้บริการของร้าน ค. ในบางครั้งทางเจ้าของร้านและพนักงานในร้านจะหยิบสินค้าตามรายการที่ลูกค้าต้องการให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินเลือกสินค้าเองซึ่งทำให้อาจจะเกิดความผิดพลาดได้แต่ทางร้านก็จะใช้เทคนิคการขายต่างๆเข้ามาช่วยในการบริการที่ร้านดังต่อไปนี้

(1). การบริการ การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเลือกสินค้าเองเพียงแต่แจ้งรายการสินค้าที่ต้องการกับทางร้านเท่านั้น

(2). การเปลี่ยนสินค้า ในกรณีที่ลูกค้าพบว่าสินค้าที่ซื้อไปหมดอายุหรือไม่ถูกต้องตามความต้องการ ทางร้านก็ยินดีที่จะเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันทีโดยไม่มีเงื่อนไข เพราะทางร้านจะถือว่าเป็นความผิดพลาดของทางร้าน

ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ทางร้านจะต้องปฏิบัติเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน

(3). การให้ของที่ระลึก สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ เช่นวันปีใหม่ วันเด็ก และวันตรุษจีน ทางร้านก็จะมอบของขวัญเล็กๆน้อยๆ เช่น ของเล่น ของที่ระลึกให้กับลูกค้าที่จะแตกต่างกันไปตามแต่ละโอกาส โดยทางลูกค้าได้กล่าวว่า

“โดยส่วนใหญ่แล้วพวกลูกค้าประจำก็จะได้ของขวัญของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ ตรุษจีน วันเด็ก ก็จะได้ของเล่นไปฝากลูกหลาน”¹⁹

ในการให้ของขวัญและของที่ระลึกกับลูกค้าของทางร้านนั้นถือเป็นการสร้างความประทับใจ และสร้างลูกค้ากลุ่มใหม่ไปพร้อมกับการรักษฐานลูกค้าให้กับทางร้าน ที่ถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์อันดีที่ทางร้านมีต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน

3.4 บริการชั้นวางของ ทางร้านได้นำชั้นวางของมาตั้งไว้เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าบางรายมีกระเป๋าหรือสัมภาระต่างๆที่นำติดตัวมาด้วย โดยชั้นวางของนี้ทางร้านจะตั้งไว้บริเวณพื้นที่ประตูทางเข้าของร้าน โดยชั้นวางของนี้ทางร้านได้นำมาตั้งให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ทางร้านมีการปรับปรุงโครงสร้างของร้านใหม่ โดยทางเจ้าของร้านได้ให้เหตุผลถึงการนำชั้นวางของมาให้บริการแก่ลูกค้าว่า

“ที่เอาชั้นวางกระเป๋าตั้งไว้เพราะว่าเพื่อความสะดวกของลูกค้าที่เข้ามาซื้อของจะได้วางกระเป๋าวางข้าวของไว้ แล้วก็จะได้กันลูกค้าขโมยของในร้านใส่กระเป๋า”²⁰

¹⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 13 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

²⁰ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 4 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 25 ธันวาคม 2550.

จากการให้บริการดังกล่าวนอกเหนือจากเป็นการอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านแล้ว ยังสามารถป้องกันการขโมยสินค้าของทางเจ้าของร้านได้อีกต่อหนึ่ง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งวิธีของการบริการของทางร้าน

3.5 ด้านเทคโนโลยี ทางร้านได้นำเอาเครื่องคิดราคาสินค้าที่ทันสมัยมาใช้ในการคำนวณราคาสินค้าเพื่อความแม่นยำ และความเร็วในการให้บริการลูกค้า ซึ่งเครื่องคิดราคาสินค้าที่ทางร้านนำมาใช้ภายในร้านนั้นจะมี 1 เครื่อง และจะตั้งอยู่ที่โต๊ะคิดราคาสินค้าตรงประตูทางเข้าด้านซ้ายมือที่บริเวณโต๊ะ-เก้าอี้ที่ทางเจ้าของร้านนั่งประจำ

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากปัจจุบันทางร้านได้ประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่เป็นผลกระทบมาจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ร้านค้าโชห่วยแบบเดียวกัน และปัญหาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อซึ่งทำให้ทางร้านมียอดขายรับลดลง เพราะลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านลดจำนวนลง จากการประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจนี้เองทางร้านได้มีการแก้ไขปัญหาโดยการใช้วิธีลดค่าใช้จ่ายภายในร้านลงนั่นคือ การลดแหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาวางขายภายในร้าน เพราะเดิมนั้นทางร้านจะนำสินค้ามาจากหลายๆแหล่ง แต่เมื่อทางร้านประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจแล้วนั้นทางร้านก็มีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยทางร้านจะนำสินค้าต่างๆมาจากแหล่งขายสินค้าเพียงแห่งเดียวแทนการซื้อสินค้าจากหลายๆที่ ทั้งนี้ก็เพื่อลดต้นทุนในการเดินทาง และลดราคาต้นทุนของสินค้าที่ทางร้านจะนำสินค้ามาวางขายให้กับลูกค้าอีกต่อหนึ่ง

5. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การปรับตัวทางด้านสังคมของร้าน ง. นั้นทางเจ้าของร้านจะสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองเพื่อสร้างความประทับใจและความอบอุ่นให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้าน โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของทางมีดังต่อไปนี้

5.1 การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ทางร้านจะเน้นในด้านการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วโดยทางลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการเลือกสินค้าเอง และทางเจ้าของร้านและพนักงานภายในร้านจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านอยู่เสมอ ซึ่งการดูแลเอาใจใส่ลูกค้านั้นจากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านได้ข้อมูลว่า เมื่อเข้าไปใช้บริการที่ร้านแล้วมีความรู้สึกอบอุ่น เพราะเจ้าของร้านเปรียบเหมือนผู้ใหญ่ใจดีที่น่าเคารพนับถือคนหนึ่ง²¹ อีก

²¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 12 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

ทั้งการพูดจาของเจ้าของร้านก็สุภาพทำให้ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการเกิดความรู้สึกประทับใจทุกครั้ง
เข้าไปใช้บริการ

5.2 การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน ทางร้านจะให้ความช่วยเหลือตามแต่
โอกาสที่ทางชุมชนจะมีกิจกรรม โดยการให้ความช่วยเหลือของทางร้านนั้นจะอยู่ในรูปแบบของ
การให้ความช่วยเหลือทางด้านทุนทรัพย์ และทางด้านสินค้าที่มีวางขายภายในร้าน อาทิเช่น ขนม
ข้าวสาร อาหารแห้ง ตามแต่ที่ทางชุมชนจะร้องขอมา แต่ทางร้านจะไม่เข้าไปช่วยเหลือในด้านของ
กำลังแรงงาน เพราะไม่สะดวก และไม่มีเวลาว่างพอในการไปร่วมกิจกรรมของชุมชน

6. ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุง

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของลูกค้า และจาก
การสังเกตพบว่าร้าน ค. มีข้อควรปรับปรุงร้าน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพของร้าน ด้านสินค้า และ
ด้านการบริการของร้าน ดังต่อไปนี้

6.1 ด้านกายภาพ

1. ควรมีการตกแต่งร้านใหม่ให้ดูสะอาดตามากกว่านี้ เพราะร้านโชห่วยแถวนี้มี
มากหากร้านไม่สะอาดตา ก็จะไม่ค่อยเรียกลูกค้าเข้าร้านได้มากเท่าใดนัก²² แต่หากทางร้านการ
ตกแต่งร้านด้วยสีสันทึ่ดึงดูดสายตาจะทำให้ลูกค้าสามารถจดจำ และเข้ามาใช้บริการที่ร้านได้มาก
ขึ้น

2. ควรจัดสินค้าที่วางขายในร้านทั้งด้านในและด้านนอกใหม่ เพราะทุกวันนี้ทาง
ร้านจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบทำให้ดูแล้วร้านจะดูรก และดูอับ อีกทั้งสินค้าที่วางด้านหน้าร้านก็
ดูเกะกะบริเวณทางเดินเข้าร้าน

3. มีโต๊ะ-เก้าอี้ และน้ำดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน ทั้งนี้ลูกค้า
บางคนเดินทางมาไกลอาจจะหิวน้ำในการนั่งรอเพื่อนและรอรถโดยสารประจำทาง แต่หากเมื่อทาง

²² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 12 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

ร้านมีน้ำบริการเสริมไว้ให้ลูกค้าตรงนี้ก็จะเป็นเหมือนการแสดงความเชื่อเพื่อต่อผู้อื่นทำให้ร้านนำเข้าไปใช้บริการมากขึ้น²³ ประกอบกับถนนด้านหน้าของร้านนั้นจะเป็นถนนสายหลักในการเดินทางหากทางร้านนำโต๊ะ-เก้าอี้ และน้ำดื่มมาไว้บริการแก่ผู้ที่สัญจรผ่านไปมาก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านได้มากขึ้น

6.2 ด้านสินค้า เจ้าของร้าน และพนักงานในร้าน ควรมีการตรวจเช็คสินค้าภายในร้านว่ามีสินค้าขึ้นใดบ้างที่หมดอายุ และหากพบเห็นก็ควรนำออกจากชั้นวางสินค้า เพราะในบางครั้งที่ทางพนักงานของร้านก็นำสินค้าที่หมดอายุมาให้กับลูกค้า

6.3 ด้านการบริการ

1. ควรจัดระบบของการบริการใหม่ให้สะดวกและรวดเร็วขึ้นซึ่งจะทำโดยการเพิ่มพนักงานขายในร้านให้มากขึ้นอีกสัก 1 คน เพื่อความรวดเร็ว²⁴ เพราะในขณะนี้พนักงานในร้านมีเพียง 1 คนทำให้ในบางครั้งการบริการจะล่าช้า

2. ควรแยกสัตว์เลี้ยงไปเลี้ยงในพื้นที่ส่วนหลังร้านหรือนำไปเลี้ยงในพื้นที่ส่วนอื่นที่ไม่ใช่พื้นที่มีสินค้าวางขายเพราะจะดูสกปรกหรือลูกค้าบางคนอาจจะกลัวไม่กล้าเข้ามาใช้บริการในร้าน²⁵

3. เจ้าของร้านควรมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากกว่านี้ เพราะทุกวันนี้เจ้าของร้านไม่ค่อยตั้งใจในการประกอบอาชีพมากเท่าไรนัก ทำให้เจ้าของร้านไม่ยอมปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงร้านเพิ่มเติมไปจากเดิม เพราะเจ้าของร้านไม่ค่อยอยากขายของแล้วอยากจะอยู่เฉยๆมากกว่า²⁶ ซึ่งจุดนี้ถือเป็นประเด็นสำคัญเพราะหากเจ้าของร้านมีความกระตือรือร้นในการทำงานก็จะมีแนวความคิดที่จะปรับปรุงให้ร้านของตนอยู่รอดได้ต่อไป

²³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 14 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 26 ธันวาคม 2550.

²⁴ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 12 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

²⁵ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 13 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

²⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 12 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

5.1.4. การเปลี่ยนแปลงของร้าน ง. (นามสมมุติ) ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในเขตตำบลธาตุนาเวง (ใช้สัญลักษณ์สีเหลืองในแผนผัง)

ร้าน ง. เป็นร้านค้าตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อยแห่งนี้ เป็นร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ริมถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ฝั่งขาเข้า ในส่วนของตำบลธาตุนาเวง โดยพื้นที่บริเวณนี้ถือเป็นพื้นที่ส่วนขยายของเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดของเขตเมืองรวมสกลนครในปัจจุบัน²⁷ ความเป็นมาของร้านมีจุดเริ่มต้นจากเจ้าของร้านต้องการประกอบอาชีพหลักเพื่อหารายได้ โดยมีแนวความคิดว่าบริเวณสี่แยกธาตุนาเวง จะเจริญขึ้นเรื่อยๆเพราะอยู่ใกล้สถานศึกษา จึงได้ตัดแปลงที่พักรถยนต์ที่เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น แบ่งพื้นที่ในส่วนของชั้นล่างเป็นร้านค้าโชห่วย โดยทางร้านได้เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึงปัจจุบัน

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของร้านจะเป็นอาคารพาณิชย์สูง 3 ชั้น 2 คูหา โดยทางร้านได้จัดสรรพื้นที่ในส่วนของชั้นล่างให้เป็นร้านค้าโชห่วย พื้นที่ชั้น 2 เป็นชั้นเก็บสินค้า และพื้นที่ชั้น 3 เป็นส่วนของที่พักรถยนต์ตามลำดับ แต่ลักษณะทางกายภาพของทางร้านไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะเนื่องจากขนาดของพื้นที่และโครงสร้างของร้านไม่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงร้านเท่าที่ควรเพราะจะเห็นได้ว่าในด้านของสถานที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้างของร้าน และขนาดพื้นที่ของร้านจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆทั้งสิ้นยังคงสภาพเดิมของอาคารไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึงปัจจุบัน แต่จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในด้านของการจัดวางสินค้า และความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงร้านแทน ดังจะได้กล่าวในรายละเอียดดังต่อไปนี้

²⁷ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, "การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),"2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)



รูปที่ 25 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ง.

1.1 การจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าของทางร้านนั้นเดิมจะมีการจัดวางสินค้าแต่เพียงด้านในของร้านที่จะมีชั้นวางสินค้าที่ตั้งบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง และตั้งอยู่ชิดผนังของร้าน ในส่วนของตู้แช่เครื่องดื่มนั้นทางร้านจะตั้งชิดผนังด้านในของร้าน ซึ่งการจัดวางสินค้าภายในร้านจะแบ่งสินค้าออกเป็น 4 ประเภทคือ

ส่วนที่ 1 จัดวางสินค้าเพื่อการอุปโภค เช่นสบู่ ผงซักฟอก แชมพู

ส่วนที่ 2 จัดวางสินค้าประเภทขนมและเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 3 จัดวางสินค้าประเภทเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 4 เป็นบริเวณเคาท์เตอร์คิดราคาสินค้าบริเวณทางเข้าร้าน จะมีสินค้าประเภท บุหรี่และสุราตั้งโชว์อยู่ใกล้กัน

เมื่อทางร้านได้เพิ่มสินค้าประเภทไอศกรีม เครื่องชงน้ำหนักร และเครื่องสังฆทาน เพิ่มขึ้น ทางร้านก็ได้นำสินค้าเหล่านี้ตั้งไว้ในส่วนพื้นที่หน้าร้าน ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ในส่วนด้านในของร้านไม่มีพื้นที่ว่างเพียงพอที่จะวางสินค้าใดๆได้อีกแล้ว

1.2 การเดินทางเข้าถึง ลูกค้าสามารถเดินทางเข้าถึงสถานที่ตั้งของร้านโดยใช้ถนนสายสกลนคร-อุดรธานีที่จะมุ่งหน้าเข้าสู่ตัวเมืองสกลนคร และอีกหนึ่งเส้นทางคือถนนภายในชุมชนของบ้านรุ่งพัฒนา ที่เป็นซอยเล็กๆด้านข้างตัวร้าน แต่เมื่อปี พ.ศ. 2542 ได้มีโครงการขยายถนนด้านหน้าร้าน (ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี) ให้เป็นถนนสายหลักในการเชื่อมต่อไปยังต่างอำเภอ จึงทำให้การเดินทางเข้าถึงตัวร้านได้สะดวกยิ่งขึ้นเพราะสภาพถนนดีขึ้นจากอดีตมาก รวมถึงที่ตั้งของร้านยังจัดได้ว่าเป็นทางผ่านของรถโดยสารประจำทางที่วิ่งระหว่างอำเภอและ

จังหวัด รวมถึงรถโดยสารประจำทางที่วิ่งในเขตเมืองสกลนคร ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้การเดินทางเข้าถึงจึงสามารถเดินทางเข้าถึงร้านได้ง่ายและสะดวกในปัจจุบัน



รูปที่26 ถนนสายสกลนคร-อุดรธานี ฝั่งขาเข้าด้านหน้าร้าน ง.

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้า สินค้าที่วางขายภายในร้านถือได้ว่ามีปริมาณมาก หลากหลาย และครอบคลุมต่อความต้องการของคนในชุมชน เพราะสินค้าที่วางขายในร้านจะมีตั้งแต่ขนม สุรา รวมไปถึงเครื่องสำอางต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายกลุ่มช่วงอายุ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าของทางร้านสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งที่มาของสินค้า เดิมแหล่งที่มาของสินค้าที่ทางร้านนำมาวางขายนั้น จะมาจากร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด และในส่วนของน้ำอัดลมทางร้านก็จะรับมาจากบริษัท ไทยน้ำทิพย์สาขาจังหวัดสกลนคร แต่พอเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตจังหวัดทางร้านก็ได้เพิ่มแหล่งที่มาของสินค้าในร้านขึ้นมาอีกหนึ่งแห่ง นั่นก็คือสินค้าห้างแมคโคร ซึ่งสินค้าที่ทางร้านนำมาจากห้างแมคโคร นั้นจะมีทั้งสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภค เช่นเดียวกับสินค้าที่ทางร้านนำมาจากร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด แต่ในการเลือกซื้อสินค้านำมาวางขายที่ร้านนั้นทางร้านจะใช้ราคาของสินค้าเป็นตัวตัดสินในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งถือเป็นการลดต้นทุนในด้านราคาสินค้าที่นำมาวางขายได้

2.2 สินค้าที่วางขายในร้าน ช่วงแรกสินค้าที่วางขายภายในร้านจะเน้นไปในด้านของสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานไม่ว่าจะเป็น เครื่องอุปโภคเช่น สบู่ ผงซักฟอก สินค้าเพื่อการบริโภค เช่น อาหารแห้ง เครื่องปรุงรส และขนมขบเคี้ยว เป็นต้น แต่เมื่อพื้นที่ในรอบๆบริเวณสถานที่ตั้งร้านมีความเจริญ และมีผู้คนเข้ามาอยู่อาศัยในเขตชุมชนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ทางร้านได้เพิ่มสินค้าขึ้นอีกหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทอุปกรณ์การ

เรียน ไอศกรีม หลอดไฟ มาวางขายภายในร้าน ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

2.3 ความหลากหลายของสินค้า สินค้าที่วางขายที่ทางร้านมีไว้บริการแก่ลูกค้า จัดได้ว่ามีความหลากหลายของสินค้านับตั้งแต่อดีตและยิ่งในปัจจุบันสินค้าที่วางขายในร้านก็ยิ่งมีความหลากหลายของสินค้าในแต่ละประเภทมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสินค้าในหมวดสำอาง สุรา เรื่อยไปจนถึงสินค้าสิ้นเปลืองที่นอกเหนือต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานขึ้นมาในร้าน ซึ่งสินค้าที่ทางร้านมีวางขายนี้ถือได้ว่าเป็นร้านที่มีความหลากหลายของสินค้ามากที่สุดจากร้านที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา

2.4 ปริมาณของสินค้า ปริมาณของสินค้าที่มีไว้บริการลูกค้าของทางร้านนั้นถือได้ว่ามีปริมาณมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพราะจะเห็นได้จากสินค้าที่วางขายในร้านจะมีปริมาณมากจนทำให้ร้านดูรก อีกทั้งสินค้าบางประเภททางร้านก็ต้องนำไปจัดวางในพื้นที่ด้านนอกร้าน แต่จากการมีสินค้าในปริมาณมากของร้านนี้ก็เพื่อเป็นการแสดงสินค้าให้ลูกค้าได้เห็น และเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านนั่นเอง



รูปที่ 27 สินค้าบนตู้โชว์ภายในร้านและสินค้าที่วางอยู่บริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้าน ง.

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริการ ในด้านของการให้บริการของร้านค้า ตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ที่ตั้งอยู่ในส่วนของตำบลธาตุนาเวงนี้ ทางร้านจะเปิดให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่เวลา 06.00-21.00 นาฬิกาของทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด และในส่วนของรูปแบบการให้บริการของร้านนั้นทางร้านจะให้ลูกค้าเดินเลือกสินค้าเองได้ตามความพอใจในทุกๆ ประเภทของสินค้านอกจากนี้แต่สินค้าประเภทสุรา และบุหรี่ ที่ทางฝ่ายเจ้าของร้านจะเป็นฝ่าย

หยิบให้แก่ลูกค้าเอง ซึ่งรูปแบบในการบริการเช่นนี้ก็ได้มีมาตั้งแต่ครั้งอดีตไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านของรูปแบบการให้บริการใดๆ แต่ในส่วนของเทคนิคการขายและการบริการในด้านอื่นๆได้มีการเปลี่ยนแปลงดังต่อไปนี้

3.1 ด้านเทคนิคการขายของร้าน ทางร้านจะใช้เทคนิคการขาย 3 ข้อหลักๆในการให้บริการลูกค้าดังต่อไปนี้

(1). การกล่าวทักทาย ทางเจ้าของร้านและพนักงานขายภายในร้าน จะกล่าวสวัสดิทักทายและยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านทุกคน ซึ่งรวมถึงการพูดจาหยอกล้อกับลูกค้าที่มีความสนิทสนมที่เข้ามาใช้บริการในร้าน

(2). ติดป้ายแสดงราคาสินค้า สินค้าทุกชิ้นที่วางขายในร้านนอกเหนือจากจะมีป้ายแสดงราคาสินค้าติดอยู่ที่ชั้นวางสินค้าแล้วนั้นทางร้านยังได้ติดป้ายแสดงราคากับสินค้าทุกชิ้นที่วางขายในร้านอีกต่อหนึ่ง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงราคาสินค้าแต่ละชิ้นที่มีวางขายในร้าน

(3). การให้ของที่ระลึก ในเทศกาลสำคัญต่างๆเช่น เทศกาลปีใหม่ของทุกๆปีทางร้านจะมอบของที่ระลึกให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นของเล่นชิ้นเล็กๆ หรือขนมขบเคี้ยวตามแต่โอกาส หรือในช่วงเทศกาลตรุษจีนทางร้านก็จะมอบส้มให้กับลูกค้าให้รับประทานเพื่อความเป็นสิริมงคลกับชีวิต

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ ในด้านเศรษฐกิจของร้านนั้นเนื่องจากทางร้านไม่ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับสภาพทางเศรษฐกิจที่จะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะทางร้านยังขายสินค้าต่างๆได้ตามปกติ จึงทำให้ทางร้านไม่ต้องแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เพียงแต่เมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตจังหวัดทางร้านก็ได้ใช้โอกาสนี้ให้ห้างสรรพสินค้ากลายเป็นแหล่งที่มาของสินค้าอีกแห่งหนึ่งเพิ่มเติมจากการซื้อสินค้ามาวางขายที่ร้านจากร้านขายสินค้าส่งที่มีในจังหวัด ทั้งนี้ก็เพื่อเพิ่มปริมาณและความหลากหลายของสินค้า อีกทั้งการซื้อสินค้าที่ห้างแมคโครยังทำให้ทางร้านประหยัดค่าน้ำมันในการเดินทาง เพราะในการเดินทางจากสถานที่ตั้งของร้านไปยังห้างแมคโครนั้นจะมีระยะทางที่ใกล้กว่าการเดินทางไปยังร้านขายสินค้าส่งที่ทางร้านซื้อสินค้าเป็นประจำ

5. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ในด้านการปรับบทบาททางด้านสังคมของร้านนั้นจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆทั่วไปดังนี้

5.1 การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของทางร้านจะถือในเรื่องการสร้างความรู้สึกและบรรยากาศความเป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านซึ่งเมื่อมีลูกค้าก้าวเข้ามาใช้บริการที่ร้านนั้น ทางเจ้าของร้านและพนักงานภายในร้านก็จะกล่าวต้อนรับทักทาย โดยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มประชาชนที่อาศัยในชุมชนบ้านธาตุนาเวง ชาวราชการที่มีสถานที่ทำงานอยู่ในบริเวณใกล้ๆ นักเรียน-นักศึกษา ซึ่งถึงแม้ว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน-นักศึกษาจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ แต่ทางร้านก็ยังให้ความสำคัญเป็นกันเองกับลูกค้าทุกๆคน ซึ่งในส่วนของดูแลลูกค้าที่ทางร้านยังมีการมอบของขวัญตามแต่ละเทศกาลให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเข้ามาใช้บริการที่ร้านบ่อยๆ

5.2 การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนของทางร้านคือการให้ความช่วยเหลือกับชุมชนในงานเทศกาลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของขนม น้ำอัดลม หรือเงิน รวมถึงทางร้านได้ให้ความช่วยเหลือในด้านของทุนการศึกษาแก่เด็กในงานวันเด็กที่จัดโดยคนในชุมชนทุกๆปีตั้งแต่ที่ทางร้านได้เปิดให้บริการจวบจนปัจจุบันเป็นระยะเวลาตลอด 16 ปี

6. ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุง

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของลูกค้า และจากการสังเกตพบว่าร้าน ง. มีข้อควรปรับปรุงร้าน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพของร้าน ด้านสินค้า และด้านการบริการของร้าน ดังต่อไปนี้

6.1 ด้านกายภาพ ควรปรับปรุงในส่วนของพื้นที่ทั้งด้านในและด้านนอกของร้านคือ ในส่วนของด้านในนั้นควรมีการปรับปรุงในส่วนของแสงสว่างภายในร้านโดยทางร้านควรมีการเปิดไฟภายในร้านให้ดูสว่างขึ้นเพราะพื้นที่ส่วนด้านในของร้านจะมืดทำให้ลูกค้าบางคนหาสินค้าไม่ค่อยถนัดนัก และทางร้านควรจัดสินค้าภายในร้านให้เป็นระเบียบมากขึ้น เนื่องจากสินค้าที่มีวางขายในร้านมีมากมายหลายประเภททำให้ร้านดูรก และสินค้าดูไม่เป็นหมวดหมู่ ทั้งนี้หากปรับปรุงในส่วนนี้ได้ก็จะทำให้ร้านดูโล่ง และดูสว่างขึ้น²⁸ ในส่วนของพื้นที่ด้านหน้าร้านนั้นควรมี

²⁸ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 15 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 25 ธันวาคม 2550.

การเพิ่มโต๊ะ-เก้าอี้ไว้ให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้นั่งพัก ทั้งนี้ถึงแม้ว่าทางร้านจะจัดเก้าอี้ไว้ด้านหน้าร้านแล้วนั้นแต่ก็ยังมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

6.2 ด้านสินค้า ควรมีการจัดแสดงมุมสินค้าใหม่ให้ลูกค้าได้ทราบและแสดงถึงของแถมของสินค้าต่างให้ลูกค้าได้เห็นเพราะในบางครั้งลูกค้าอาจจะยังไม่ทราบว่าช่วงนี้ภายในร้านมีการนำสินค้าอะไรใหม่ๆมาวางขาย และมีสินค้าใดบ้างที่มีของแถม

6.3 ด้านการบริการ เวลาเปิด-ปิดของร้านที่ทางร้านควรเพิ่มเวลาการให้บริการให้นานขึ้นขึ้นนี้เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพราะถึงแม้ร้านจะเปิดให้บริการตั้งแต่ 06.00นาฬิกา แต่ช่วงเวลานี้ยังไม่ค่อยมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากนัก เพราะลูกค้ามักจะเข้ามาใช้บริการที่ร้านในช่วงเย็นไปจนถึงช่วงค่ำมากกว่า

5.1.5 การเปลี่ยนแปลงของร้าน จ. (นามสมมุติ) ร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งในเขตพื้นที่ดินประเภทที่ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม (ใช้สัญลักษณ์สีเขียวในแผนผัง)

ร้านค้าตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม เป็นร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านหนองแดง ซึ่งจากแผนที่ประโยชน์การใช้ที่ดินจะจัดให้พื้นที่บริเวณชุมชนนี้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ความเป็นมาของร้านเกิดขึ้นจากเมื่อทางเจ้าของร้านสร้างบ้านให้บุตรชายเสร็จเมื่อ 8 ปีที่แล้ว ก็มีความคิดว่าอยากเปิดร้านขายของเพราะว่างงานแล้วก็ไม่รู้จะประกอบอาชีพอะไรจึงเปิดร้านขายสินค้า เพราะดีว่าการนั่ง-นอนอยู่เฉยๆโดยไม่ทำอะไร²⁹ โดยร้านค้าโชห่วยแห่งนี้ได้เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนถึงปัจจุบัน

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของร้านค้าตัวแทนในเขตพื้นที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม แห่งนี้จะมีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว 1 ชั้น ขนาด 80 ตารางวา โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนของพื้นที่ด้านหน้า ด้านหลัง และด้านข้างของบ้าน โดยพื้นที่ส่วนด้านหลังเจ้าของร้านจะจัดให้เป็นที่พักอาศัยของบุตรชายเจ้าของร้าน ในส่วนของพื้นที่ด้านหน้านั้นทางร้านได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนย่อยด้วยกันคือส่วนของร้านค้าโชห่วยและส่วนของร้านอาหาร และในส่วนพื้นที่ด้านข้างของร้านนั้นก็จัดให้เป็นพื้นที่สำหรับนั่ง

²⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

รับประทานอาหารของลูกค้า ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้จะมีไ้ตะ และแคว่ตั้งไว้ และในส่วนพื้นที่ด้านข้างที่เหลืออีกส่วนหนึ่งนั้นทางร้านก็ได้จัดเป็นพื้นที่เพื่อการจอดรถของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน ซึ่งในส่วนองลักษณะทางกายภาพของทางร้านจะมีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้าน ดังต่อไปนี้คือ

1.1 ลักษณะโครงสร้างของร้าน ลักษณะโครงสร้างของร้านจะมีลักษณะเป็นบ้านปูน 1 ชั้น ที่ทางเจ้าของร้านได้จัดพื้นที่ด้านหลังให้เป็นที่พักของบุตรชาย และใช้พื้นที่ในส่วนองด้านหน้าให้เป็นพื้นที่ของร้านค้าโชห่วย และเมื่อปี พ.ศ. 2546 ทางร้านได้ทำการต่อเติมพื้นที่ในส่วนด้านซ้ายให้เป็นพื้นที่ส่วนองร้านอาหาร โดยทางเจ้าของร้านได้ต่อเติมหลังคาออกมา และทำพื้นที่ลานใหม่ โดยใช้ปูนซีเมนต์เพื่อใช้เป็นพื้นที่วางในการวางไ้ตะ-แก้อี้ แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน



รูปที่ 28 ลักษณะโครงสร้างของร้าน จ.



รูปที่29 บริเวณพื้นที่จอดรถของร้าน จ.

1.2 ขนาดของพื้นที่ ขนาดของพื้นที่ร้านในปัจจุบันมีขนาดกว้างขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย ทั้งนี้เพราะทางร้านได้ต่อเติมพื้นที่ในส่วนของด้านข้างของร้านขึ้นมาใหม่ ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันพื้นที่ของมีขนาดพื้นที่โดยรวมในเฉพาะส่วนของตัวร้านทั้งหมด 80 ตารางวา

1.3 การจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าของทางร้านในช่วงแรกนั้นจะจัดสินค้าต่างๆไว้ในส่วนพื้นที่ด้านในของตัวร้านเท่านั้น ซึ่งทางร้านได้ทำชั้นวางสินค้าตั้งตามแนวนั่งของร้าน และจัดสินค้าแยกออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น สินค้าที่อยู่ในหมวดเครื่องปรุงรส อาหารแห้ง และขนมต่างๆเรียงรายกันไป และจะมีตู้แช่เครื่องดื่มตั้งอยู่ใกล้กับประตูทางเข้าของร้าน และเมื่อปี พ.ศ. 2546 ที่ผ่านมามีทางร้านได้เพิ่มสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ และอาหารประจำท้องถิ่นขึ้นมา ทำให้ทางร้านต้องมีการจัดพื้นที่ในส่วนของกรวางอาหาร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารขึ้นมา โดยทางร้านได้นำโต๊ะขนาดใหญ่มาตั้งในบริเวณพื้นที่ด้านหน้าร้านฝั่งซ้าย (บริเวณที่มีการต่อเติม) ในการวางสินค้าประเภทอาหารที่ทางร้านได้เพิ่มขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของคนในชุมชน

1.4 การเดินทางเข้าถึง ในการเดินทางเข้าถึงร้าน จ. สามารถเดินทางเข้าถึงร้านได้ 2 ช่องทางคือ การเดินทางมาตามเส้นทางหลัก และการใช้เส้นทางลัด โดยการเดินทางเข้าถึงร้านทั้ง 2 ช่องทางจะอธิบายได้ดังต่อไปนี้

(1). การเดินทางโดยการใช้เส้นทางหลัก การเดินทางเข้าถึงร้าน จ. โดยการใช้เส้นทางหลักนั้น จะเดินทางโดยใช้เส้นทางถนนรัฐบำรุง (ถนนบ้านกกส้มโฮง) มุ่งหน้าสู่ชุมชนบ้านธาตุนาเวง จะมีป้ายแสดงที่ตั้งชุมชนบ้านหนองแดงริมถนนด้านซ้ายมือ เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ชุมชนประมาณ 200 เมตรก็จะพบสถานที่ตั้งที่จะอยู่ติดริมถนนภายในชุมชนบ้านหนองแดง



รูปที่30 ถนนรัฐบำรุง (ถนนสายหลัก) ทางเข้าร้าน จ.

(2). การเดินทางโดยใช้เส้นทางลัด การเดินทางโดยใช้เส้นทางลัด จะใช้วิธีการเดินทางโดยใช้ถนนที่เชื่อมต่อระหว่างชุมชนบ้านหนองแดง และหมู่บ้าน สกลวิไลเขต ในชุมชนนาเวง โดยถนนสายนี้ได้มีการก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2547 ดังนั้น จึงทำให้การเดินทางเข้าถึงสถานที่ตั้งของร้านจึงสะดวกและรวดเร็วขึ้น และในส่วนของถนนในชุมชนบ้านหนองแดงเองได้มีการปรับปรุงจากถนนลูกรัง ไปเป็นถนนคอนกรีต เมื่อปี พ.ศ. 2542 และเสร็จสิ้นเมื่อปีพ.ศ. 2543 ก็ได้ทำให้ลูกค้าที่เป็นคนในชุมชนสามารถเดินทางมาถึงร้านได้สะดวกขึ้น



รูปที่31 ถนนภายในชุมชนหน้าร้าน จ.

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้า สินค้าที่วางขายที่มีวางขายภายในร้านเดิมนั้นจะเน้นสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคขั้นพื้นฐาน ซึ่งสินค้าเพื่อการบริโภคที่ทางร้านวางขายนั้นจะเน้นไปในส่วนของอาหารแห้ง เช่นข้าวสาร และกะหล่ำปลีสำเร็จรูป เป็นต้น และเมื่อปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมาทางร้านก็ได้เพิ่มสินค้าประเภทอาหารประจำท้องถิ่น และอาหารปรุงสำเร็จขึ้นมาเพื่อให้บริการกับลูกค้าที่อาศัยในชุมชน ดังนั้นจึงทำให้สินค้าที่วางขายภายในร้านจะมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสินค้าของทางร้านมีดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งที่มาของสินค้า แต่เดิมนั้นทางร้านจะนำสินค้าต่างๆทั้งเครื่องอุปโภคและบริโภคมาจากร้านขายสินค้าส่ง ในส่วนของเครื่องดื่มนั้นทางร้านจะนำมาจากบริษัทไทยน้ำทิพย์ สาขาจังหวัดสกลนคร ซึ่งแหล่งที่มาของสินค้าเหล่านี้ก็จะเหมือนกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆทั่วไป แต่เมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตจังหวัดสกลนคร ทางร้านได้มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งที่มาของสินค้าภายในร้าน โดยทางร้านจะซื้อสินค้าทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภคมาจากห้างแมคโครแทน เพราะตั้งอยู่ใกล้บ้านทำให้สะดวกต่อการเดินทาง³⁰ และเมื่อปี พ.ศ. 2546 ที่ทางร้านได้ทำอาหารขายเพิ่มเติม ทางร้านก็ได้เพิ่มแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหารขึ้นมา ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหารนี้ทางร้านทางร้านจะนำมาจากตลาดสดในช่วงเช้าของทุกๆวัน เพื่อความสะดวกและความสดใหม่ของอาหารที่ทางร้านทำขาย

2.2 สินค้าที่วางขายในร้าน สินค้าที่วางขายที่ร้านแต่เดิมจะมีเพียงสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคที่เหมือนกับร้านค้าโชห่วยอื่นๆทั่วไป อาทิเช่น ข้าวสาร น้ำปลา น้ำมันพืช น้ำตาล ผักอนามัย และกะหล่ำปลีสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้ทางร้านก็ยังคงวางขายมาจนถึงปัจจุบัน แต่เมื่อปี พ.ศ. 2546 ทางร้านได้เพิ่มสินค้าในหมวดของอาหารประจำท้องถิ่นและอาหารปรุงสำเร็จขึ้นมา เช่นข้าวเหนียว ส้มตำ ขนมจีนน้ำยา และอาหารประเภทแกงพื้นบ้านอีสาน โดยสาเหตุที่ทำให้ทางร้านเพิ่มสินค้าในหมวดอาหารขึ้นมานี้ก็เพราะ *แถวนี้ไม่มีร้านขายกับข้าว เลยคิดว่าถ้าทำกับข้าวขายก็น่าจะขายได้ อีกอย่างก็เชื่อฝีมือตัวเองว่าทำกับข้าวอร่อย ก็เลยเปิดร้านขายให้กับคนในชุมชนบ้านหนองแดงนี้แหละ ก็ขายดีนะเพราะทุกวันนี้ก็มีลูกค้ามาซื้อทุกวันแล้วก็มากขึ้นทุกวันด้วย³¹ ซึ่งก็สอดคล้องกับลูกค้าของร้านที่กล่าวว่า *อาหารที่ขายในร้านมันสะดวกแล้วก็ใหม่ปลอดภัยแล้วก็ขอบรสของอาหารร้านนี้³²* จากการเห็นถึงโอกาสทางการค้าดังกล่าวของ*

³⁰ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

³¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

³² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 18 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

เจ้าของร้านทำให้ในปัจจุบันทางเจ้าของร้านมีรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการขายสินค้าประเภทอาหารแห้ง เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคอีกทางหนึ่ง



รูปที่32 สินค้าประเภทอาหารที่วางขายภายในร้าน จ.

2.3 ความหลากหลายของสินค้า สินค้าที่วางขายภายในร้านจะเป็นสินค้าที่คล้ายกับร้านค้าโชห่วยอื่นทั่วไป คือจะมีสินค้าเล็กๆน้อยๆตามความต้องการพื้นฐานเท่านั้น แต่สินค้าที่ทางร้านวางขายจะมีให้เลือกไม่หลากหลายยี่ห้อนัก ซึ่งสินค้าต่างๆที่ทางร้านวางขายในปัจจุบันก็เช่นกัน แต่ทางร้านจะเพิ่มสินค้าในหมวดของอาหารปรุงสำเร็จขึ้นมาแทน ดังนั้นจึงทำให้สินค้าที่ทางร้านมีบริการลูกค้าในปัจจุบันจะมีสินค้าประเภทอาหารแห้ง เครื่องอุปโภค และอาหารปรุงสำเร็จไว้บริการแก่ลูกค้า แต่ก็ยังไม่มี ความหลากหลายของสินค้าในแต่ละประเภทมากนัก

2.4 ปริมาณของสินค้า เนื่องจากสินค้าที่วางขายที่ร้านไม่มีความหลากหลายนักทั้งในส่วนของเครื่องอุปโภค-บริโภค ทำให้ปริมาณของสินค้าที่วางขายในร้านจึงมีไม่มากเท่าที่ควร แต่ถึงแม้สินค้าที่วางขายในร้านจะมีไม่มาก แต่ก็ยังถือว่าเพียงพอกับความต้องการของคนในชุมชน ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านนั้นจะซื้อสินค้าเล็กๆน้อยๆ ไม่กี่ชิ้นเท่านั้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริการ ในส่วนของการให้บริการของทางร้านนั้นจะเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 07.00-20.00 นาฬิกาของทุกวัน แต่ทางร้านจะปิดให้บริการในส่วนของการขายอาหารในเวลา 16.00 นาฬิกา ไม่มีวันหยุด และในส่วนของรูปแบบการให้บริการของทางร้านนั้น จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ รูปแบบของการให้บริการในส่วน of ร้านค้าโชห่วย และรูปแบบการให้บริการของร้านขายอาหาร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบการให้บริการ การให้บริการของทางร้านนั้นจะมีรูปแบบการให้บริการอยู่ 2 รูปแบบด้วยกันคือ

(1). รูปแบบการให้บริการในส่วน of ร้านค้าโชห่วย การให้บริการในส่วน of ร้านค้าโชห่วยนั้น ทางร้านทางร้านจะให้ลูกค้าเดินเลือกและหยิบสินค้าที่ตั้งโชว์อยู่ที่ชั้นด้านในของร้านเอง และเมื่อลูกค้าได้สินค้าตามความต้องการแล้วก็จะนำเงินมาชำระราคาสินค้ากับเจ้าของร้านเอง ซึ่งรูปแบบการให้บริการเช่นนี้ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการให้บริการของร้านค้าโชห่วยโดยทั่วไป

(2). รูปแบบการให้บริการในส่วน of ร้านขายอาหาร การให้บริการในส่วน of ร้านขายอาหารนั้น ทางร้านจะให้ลูกค้าเลือกหยิบอาหารถุงแบบปรุงสำเร็จได้เอง แต่หากเป็นอาหารประเภทส้มตำ ทางร้านก็จะเป็นผู้ปรุงให้ แต่หากทางลูกค้าต้องการที่จะลงมือทำเองก็ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งเพียงแค่บอกกับเจ้าของร้านเท่านั้นว่าทางลูกค้าต้องการตำส้มตำเอง ทางฝ่ายเจ้าของร้านก็จะให้ลูกค้าทำเองได้ตามความต้องการ

การให้บริการของทางร้านจะมีข้อควรปรับปรุงในส่วน of ความรวดเร็วในการให้บริการ เพราะเนื่องจากทางร้านไม่มีพนักงานขายจึงมักให้บริการลูกค้าช้าในช่วงเที่ยงที่มีลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าจากทางร้านมากทั้งในส่วน of การซื้อสินค้าจากร้านค้าโชห่วยและอาหาร เพราะลูกค้าทางร้านต่างกล่าวว่ามีจะต้องเสียเวลารอนานในการซื้อสินค้าในช่วงเวลานี้

3.2 เทคนิคการขายของร้าน เทคนิคการขายของทางร้านที่นำมาใช้ที่ร้านจะมีเทคนิคการขายดังต่อไปนี้

(1). การสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองภายในร้าน เนื่องจากตัวเจ้าของร้านเองเป็นคนที่มีความดี ยิ้มแย้มแจ่มใส คุยสนุก และเป็นคนใจดี อีกทั้งเจ้าของร้านก็เป็นคนในชุมชนบ้านหนองแดงเอง จึงทำให้รู้จักลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านที่เป็นคนในชุมชนด้วยกันเองเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงถือเป็นเรื่องปกติที่ทางเจ้าของร้านและลูกค้าจะพูดคุยหยอกล้อกันได้อย่างสนิทสนม ซึ่งทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านเกิดความประทับใจ และสนุกสนานเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ร้าน

(2). การติดป้ายแสดงราคาสินค้า ถึงแม้ร้าน จ. จะเป็นร้านค้าโชห่วย ขนาดไม่ใหญ่นัก แต่ทางร้านก็ได้มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้ากับสินค้าทุกชิ้น และมีสินค้าบางประเภทที่มีราคาสินค้ากำกับไว้อยู่แล้วทางร้านก็จะขายสินค้า ตามราคาที่จะระบุไว้แล้ว

(3). ความสะดวก สินค้าที่วางขายภายในร้านนอกเหนือจากสินค้า ประเภทอาหารแห้งแล้วนั้นก็ยังมีสินค้าประเภทอาหารขาย ดังนั้นจึงทำให้ทาง ร้านเน้นเรื่องความสะดวกของอาหารสดเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อความสะดวก และปลอดภัยแก่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคอาหารที่ร้านอีกด้วย

3.3 ด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ทางร้านนำมาใช้ที่ร้านนั้นพบว่ามีเพียงเครื่อง คิดเลขเพียง 1 เครื่องเท่านั้น เพราะเนื่องจากราคาสินค้าที่วางขายที่ร้านจะมีราคาไม่สูงนัก และ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าก็จะซื้อสินค้าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทำให้ทางร้านไม่จำเป็น ที่จะต้องมีเครื่องคิดราคาสินค้าเข้ามาใช้ที่ร้าน

3.4 การบริการน้ำดื่ม สำหรับการบริการของร้านที่นอกเหนือจากที่ได้กล่าวไป ข้างต้นแล้วนั้นทางร้านยังได้มีการจัดโต๊ะ-เก้าอี้ และน้ำดื่มไว้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ ร้าน รวมไปถึงผู้คนที่สัญจรผ่านไปมาที่อยากจะนั่งพักผ่อน หรือแวะดื่มน้ำก็ได้ ทั้งนี้เพราะทางร้าน ได้จัดทั้งโต๊ะ-เก้าอี้ และน้ำดื่มไว้ให้บริการฟรี

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจของทาง ร้านนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภค ที่ทาง ร้านได้นำมาวางขายภายในร้านใหม่ โดยแต่เดิมนั้นสินค้าที่ทางร้านนำมาวางขายจะมีแหล่งที่มา จากร้านขายสินค้าส่งต่างๆในเขตจังหวัด แต่พอเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการแล้วนั้น ทางร้านก็ได้นำสินค้าต่างๆมาจากห้างสรรพสินค้าแทน ทั้งนี้ก็เพื่อลดต้นทุนในด้านของการ เดินทาง ด้านเวลา และราคาของสินค้า เพราะระยะทางในการเดินทางจากสถานที่ตั้งของร้านไปยัง ห้างห้างแมคโครจะใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า เพราะที่สถานที่ตั้งของห้างแมคโครจะตั้งอยู่ ใกล้กับร้านมากกว่าร้านขายสินค้าส่ง ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านเปลี่ยนแหล่งที่มาของสินค้าใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ที่มีห้างแมคโครมาเปิดให้บริการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

5. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมของทางร้าน นั้นทางเจ้าของร้านจะใช้หลักในด้านของความคุ้นเคย ความเป็นกันเอง การพูดจาที่สนุกสนาน กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านทุกคน ซึ่งทางร้านก็ได้ปฏิบัติเช่นนี้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการปรับตัวทางด้านสังคมของร้านมีดังต่อไปนี้

5.1 การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ในด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของทางร้าน จ. จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

(1). ความคุ้นเคยและเป็นกันเอง ทั้งนี้เนื่องมาจากเจ้าของร้านเป็นผู้ที่มีอัธยาศัย และมนุษยสัมพันธ์ดี จึงทำให้ลูกค้าที่เป็นคนในชุมชนบ้านหนองแดงเองและผู้คนที่อยู่ที่ชุมชนอื่นๆจะแวะเวียนมาใช้บริการที่ร้านอยู่เสมอ ซึ่งในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้านี้ทางเจ้าของร้านก็มักจะไต่ถามสารทุกข์สุกดิบกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านอยู่เสมอ ทำให้ทางลูกค้าเกิดความประทับใจ และแวะเวียนมาใช้บริการที่ร้านอยู่บ่อยๆ

(2). ความสะอาด เนื่องจากทางร้านได้มีอาหารที่เป็นแบบปรุงสำเร็จ และส้มตำขาย ดังนั้นทางร้านจึงให้ความใส่ใจในเรื่องของความสะอาดของวัตถุดิบที่สดใหม่ ซึ่งอาหารที่ทางร้านทำขายจะเป็นการทำแบบวันต่อวันไม่มีการนำของเหลือมาขาย ทั้งนี้ก็เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

5.2 การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนของทางร้านนั้นทางเจ้าของร้านจะเข้าไปให้ความช่วยเหลือ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆของชุมชนอยู่เสมอ เช่นกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนบ้านหนองแดง ที่ทางร้านจะให้ความช่วยเหลือในด้านของอาหาร และเครื่องดื่ม แต่ทางร้านจะไม่ไปช่วยเหลือในด้านของกำลังแรงงาน ทั้งนี้ก็เพราะอายุมากแล้ว และสุขภาพไม่เอื้ออำนวย แต่หากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนานั้นทางเจ้าของร้านก็จะเข้าร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

6. ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุง

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของลูกค้า และจากการสังเกตพบว่าร้าน จ. มีข้อควรปรับปรุงร้าน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพของร้าน ด้านสินค้า และด้านการบริการของร้าน ดังต่อไปนี้

6.1 ด้านกายภาพ

1. ขนาดพื้นที่ของร้าน ควรขยายพื้นที่ของร้านให้กว้างขึ้นทั้งนี้ทางร้านอาจจะใช้พื้นที่ว่างที่มีอยู่แยกร้านขายอาหารออกจากส่วนด้านหน้าของร้านชั่วคราว ทั้งนี้เพราะจะทำให้ร้านดูเป็นสัดส่วนมากขึ้น และจะให้พื้นที่ในส่วนหน้าของร้านชั่วคราว ดูกว้างและสว่างมากขึ้น

2. พื้นที่จอดรถ ควรมีการปรับปรุงในด้านของพื้นที่จอดรถ เพราะถึงแม้ว่าทางร้านจะมีพื้นที่จอดรถกว้างขวางแต่ก็เป็นที่จอดรถกลางแจ้ง ดังนั้นทางร้านจัดทำที่จอดรถที่มีที่บังแดดไว้ให้กับลูกค้า ทั้งนี้ทางร้านอาจจะลงทุนในการสร้างหลังคาบริเวณที่จอดรถ หรือ อาจจะมีการใช้พื้นที่ในส่วนที่มีร่มเงาจากต้นไม้เป็นที่จอดรถแทนพื้นที่กลางแจ้ง

3. ควรจำนวนเพิ่มโต๊ะ-เก้าอี้ เพราะในส่วนจำนวนโต๊ะ-เก้าอี้ ที่ทางร้านมีให้บริการแก่ลูกค้า นั้นยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพราะชุดโต๊ะ-เก้าอี้ที่ทางร้านจัดวางให้บริการนั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เข้ามารับประทานอาหาร ทำให้ไม่มีที่นั่งสำหรับลูกค้าที่รอซื้ออาหารกลับไป หรือนั่งรับประทานอย่างอื่น

6.2 ด้านสินค้า ทางร้านควรนำสินค้ามาวางขายที่ร้านควรเพิ่มความหลากหลายให้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะสินค้าที่วางขายในร้านมีให้เลือกไม่หลายยี่ห้อ เช่นอยากให้มี สุรา ขายหลายยี่ห้อมากกว่านี้

6.3 ด้านการบริการ

1. เพิ่มพนักงานช่วยขายในร้าน ทั้งนี้เพราะในบางครั้งที่มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการในร้านมากแต่มีพนักงานเพียงคนเดียวซึ่งทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน ซึ่งหากทางร้านจ้างลูกจ้างเพียง 1 คนก็จะทำให้ทางร้านมีการบริการที่รวดเร็วขึ้น³³

2. เวลาเปิด-ปิดร้าน เนื่องจากร้าน จ. จะปิดบริการเร็วตั้งนั้นหากลูกค้าหากต้องซื้อสินค้าในเวลาหลัง 20.00 นาฬิกา นั้นจำเป็นที่จะต้องเดินทางไปใช้บริการที่ร้านอื่น อีกทั้งร้านโชห่วยอื่นๆ ที่ตั้งอยู่ในชุมชนต่างก็ปิดให้บริการเร็วตั้งนั้นทำให้ลูกค้าบางคนต้องเดินทางไปใช้บริการยังร้านไกลออกไป เช่นร้าน เซเว่น-อีเลฟเว่น เป็นต้น

3. อยากให้ทางเจ้าของร้านคงความเป็นกันเองเช่นนี้ไว้ต่อไป เพราะถือความเป็นกันเอง และการพูดคุยที่สนุก เฮฮาอันเป็นเอกลักษณ์ของเจ้าของร้านนี้เป็นจุดดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี³⁴

³³ สัมภาษณ์ลูกค้าร้าน ง. ทั้ง 3 ราย.

³⁴ สัมภาษณ์ ภรณ์ศึกษาที่ 20 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 23 ธันวาคม 2550.

5.2 ตารางแสดงสภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า

ตารางที่15 สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า

ร้าน	สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วย								
	อายุ	ทำเลที่ตั้ง	ลักษณะโครงสร้าง	ลักษณะของกิจการ	เวลาเปิด-ปิด	รูปแบบการให้บริการ	กลุ่มลูกค้า (เรียงตามลำดับ)	สินค้าขายดี (เรียงตามลำดับ)	การบริการพิเศษ
ร้าน ก.	40 ปี	ตั้งอยู่ในเขตเมืองเดิมริมถนนสายรองของจังหวัดในปัจจุบัน	บ้านไม้ 2 ชั้น 1 หลัง และอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 1 คูหา	สี่บทยอดกิจการจากรุ่นบิดา-มารดา	06.00-20.00 น. ไม่มีวันหยุด	บริการตัวเอง/ให้ทางร้านหยิบให้	1. คนในชุมชน	1. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 2. ไข่ไก่ 3. ขนมขบเคี้ยว 4. เครื่องดื่ม (น้ำอัดลม/สุรา-เบียร์)	1. โฉงศพ 2. เครื่องตกแต่ง โฉงศพ
ร้าน ข.	21 ปี	ตั้งอยู่ในเขตเมืองเดิมริมถนนสายรองของจังหวัดและใกล้สถานที่ราชการ	บ้านไม้ 2 ชั้น	เป็นอาชีพเสริมของครอบครัว	06.00-21.00 น. ไม่มีวันหยุด	บริการตัวเอง	1. นักเรียน 2. ลูกค้าทั่วไป 3. คนในชุมชน	1. เครื่องดื่ม (น้ำอัดลม/สุรา-เบียร์) 2. บุหรี่ 3. ขนมขบเคี้ยว 4. ผลไม้ดอง 5. น้ำแข็งใส	1. เครื่องซักผ้า 2. แก้ว

ตารางที่15 (ต่อ) สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า

สถานที่ตั้ง ของร้าน	สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วย								
	อายุ	ทำเลที่ตั้ง	ลักษณะ โครงสร้าง	ลักษณะของ กิจการ	เวลาเปิด- ปิด	รูปแบบการ ให้บริการ	กลุ่มลูกค้า (เรียงตามลำดับ)	สินค้าขายดี (เรียงตามลำดับ)	การบริการ พิเศษ
ร้าน ค.	8 ปี	ริมถนนสาย หลักของจังหวัด ในปัจจุบัน	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา	เป็นอาชีพเสริม ของครอบครัว	08.00-20.00 น. หยุดทุกวัน อาทิตย์	บริการตัวเอง/ ให้ทางร้านหยิบ ให้	1. นักเรียน นักศึกษา 2. กลุ่ม ข้าราชการ	1. เครื่อง อุปโภค (สบู่/ยา สีฟัน) 2. เครื่องดื่ม (น้ำอัดลม/ เบียร์/เครื่องดื่ม ชูกำลัง) 3. ขนมขบเคี้ยว	1. ชั้นวาง กระเป๋
ร้าน ง.	16 ปี	ตั้งอยู่บริเวณ พื้นที่ที่มีการ ขยายตัวของ เมืองสูงสุด ริมถนนสาย หลักของจังหวัด ในปัจจุบัน	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา	เป็นอาชีพหลัก ของครอบครัว	06.00-21.00 น. ไม่มีวันหยุด	บริการตัวเอง	1. นักเรียน นักศึกษา 2. คนในชุมชน 3. กลุ่ม ข้าราชการ	1. ขนมขบเคี้ยว 2. เครื่องอุปโภค (สบู่/ยาสีฟัน) 3. อาหารแห้ง (กะปิ/น้ำปลา/ บะหมี่กึ่ง สำเร็จรูป)	1. เครื่องชั่ง น้ำหนัก

ตารางที่15 (ต่อ) สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้า

สถานที่ตั้ง ของร้าน	สภาพทั่วไปของร้านค้าโชห่วย								
	อายุ	ทำเลที่ตั้ง	ลักษณะ โครงสร้าง	ลักษณะของ กิจการ	เวลาเปิด- ปิด	รูปแบบการ ให้บริการ	กลุ่มลูกค้า (เรียงตามลำดับ)	สินค้าขายดี (เรียงตามลำดับ)	การบริการ พิเศษ
ร้าน จ.	9 ปี	ตั้งอยู่ในชุมชน	บ้านไม้ 1 ชั้น 1 หลัง	ทำเพื่อแก้เหงา	07.00-20.00 น. ไม่มีวันหยุด	บริการตัวเอง	1. คนในชุมชน 2. คนนอก ชุมชนที่สนิท สนมกับเจ้าของ ร้าน	1. ขนมขบเคี้ยว 2. อาหารแห้ง (กะปิ/น้ำปลา/ บะหมี่กึ่ง สำเร็จรูป) 3. เครื่อง อุปโภค (สบู่/ยา สีฟัน) 4. อาหารปรุง สำเร็จ	1. โต๊ะ-เก้าอี้ 2. น้ำดื่ม 3. ที่จอดรถ

5.3 ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

สถานการณ์ทางการค้าที่ผ่านมามีหลายปัจจัยที่ทำให้ร้านต้องปรับปรุงร้านอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่มาจากความเจริญของเมือง ปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ และมีความชัดเจนมากในช่วงที่มีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการ เพราะวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนได้เปลี่ยนแปลงไป คือหันไปซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้ามากขึ้นเพราะรูปแบบที่ดูทันสมัย อีกทั้งร้านสะดวกซื้อก็เป็นร้านค้าอีกแห่งหนึ่งที่ดึงเอาลูกค้าของร้านค้าโชห่วยไปได้จำนวนมาก เพราะในการดำรงชีวิตปัจจุบันนั้นผู้คนไม่มีเวลาในการจับจ่ายใช้สอยมากนัก ดังนั้นการซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับผู้บริโภค และจากการขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อและการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าจึงก่อให้เกิดผลกระทบที่มีทั้งผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อร้านค้าโชห่วยและต่อผู้คนในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร และผลกระทบทั้งหมดก็ล้วนส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยด้วยกันทั้งสิ้น จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วย ลูกค้าร้านค้าโชห่วยและจากการสำรวจสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยสามารถแยกได้ 4 ประเภทคือ

1. ปัจจัยที่มาจากห้างสรรพสินค้า
2. ปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น)
3. ปัจจัยที่มาจากร้านโชห่วยประเภทเดียวกัน
4. ปัจจัยด้านอื่นๆ

จากปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยนั้นสามารถแยกประเภทของผลกระทบที่ส่งผลในเชิงบวก และผลกระทบที่ส่งผลในทางลบได้ดังต่อไปนี้

5.3.1 ปัจจัยที่มาจากห้างสรรพสินค้า

ผลกระทบเชิงบวกที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยภายหลังจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้า

1. แหล่งที่มาของสินค้า เดิมสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยนำมาวางขายให้กับลูกค้าที่ร้านนั้นโดยหลักๆแล้วจะมาจาก 3 แห่งด้วยกันคือ ตลาด ร้านขายสินค้าส่ง และจากตัวแทนบริษัทสาขาประจำจังหวัดสกลนคร แต่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ได้มีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการภายในเขต

จังหวัดสกลนครแล้วนั้น เจ้าของร้านค้าโชห่วยหลายรายต่างก็มีการเปลี่ยนแปลงในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าต่างๆใหม่ โดยบางร้านจะนำสินค้าทุกประเภทมาจากห้างสรรพสินค้าโดยทั้งหมด แต่บางร้านก็จะนำสินค้าบางชนิดมาวางขายที่ร้านเท่านั้น ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้าโชห่วยได้รับผลประโยชน์จากห้างสรรพสินค้าในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าที่จะมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ไม่ผูกขาดในการนำสินค้าจากร้านขายสินค้าส่งที่มีเพียงไม่กี่แห่งในจังหวัดมาขายเช่นเดิม

2. ต้นทุนของสินค้าที่ต่ำลง ในการซื้อสินค้าจากร้านขายสินค้าส่ง เพื่อนำมาวางขายที่ร้านค้าโชห่วยอีกต่อหนึ่งนั้น เจ้าของร้านค้าโชห่วยมักจะซื้อสินค้าแต่ละประเภทจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งราคาต้นทุนของสินค้าที่ต่ำที่สุด เพื่อที่เมื่อนำสินค้ามาวางขายที่ร้านค้าโชห่วยแล้วจะก่อให้เกิดกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยจะต้องเลือกสินค้าจากแหล่งที่มาของสินค้าในหลายๆที่ แต่เมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการที่จังหวัดแล้วนั้นทางเจ้าของร้านก็ได้เลือกที่จะนำสินค้าต่างๆมาจากห้างสรรพสินค้าแทน เพราะราคาต้นทุนของสินค้าจะได้ลดต่ำลง เพราะราคาสินค้าที่ทางห้างสรรพสินค้าวางขายนั้นบางอย่างจะมีราคาถูกกว่าร้านขายสินค้าส่ง อีกทั้งเมื่อซื้อสินค้าในฐานะที่เป็นสมาชิกของห้างฯก็จะได้ราคาสินค้าที่ถูกลงไปอีก และสามารถสะสมยอดราคาสินค้าที่ซื้อเพื่อรับของสมนาคุณอื่นๆได้อีกต่อหนึ่ง

3. ประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า ในการนำสินค้ามาวางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นแต่เดิมทางร้านจะต้องใช้เวลาในการพิจารณาสินค้าจากหลายๆร้านเพื่อทำการเปรียบเทียบราคาสินค้าต้นทุนให้ได้ต่ำที่สุด อีกทั้งสินค้าที่มีขายที่ร้านขายสินค้าส่งต่างๆในเขตจังหวัดก็มีสินค้าให้เลือกไม่ครบตามความต้องการ จึงทำให้ต้องมีการเดินทางไปซื้อสินค้าจากหลายๆที่ ซึ่งเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะต้องเสียเวลาในการเดินทางไปยังร้านต่างๆเพื่อให้ได้สินค้าครบตามความต้องการซึ่งต้องใช้เวลาานาน ดังนั้นเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการก็ทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากหลายๆที่เหมือนก่อน หากแต่เพียงไปซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าเพียงที่เดียวก็ทำให้ได้สินค้าครบตามความต้องการแล้ว

4. ลดต้นทุนในการเดินทาง เพราะในปัจจุบันราคาน้ำมันได้เพิ่มสูงขึ้นกว่าในอดีตมากจึงทำให้ต้นทุนในการขนส่งสินค้า และต้นทุนในการเดินทางไปซื้อสินค้าของเจ้าของร้านค้าโชห่วยสูงขึ้นตามไปด้วย เพราะในการเดินทางไปซื้อสินค้าต้องใช้เวลาในการเดินทาง ดังนั้นในปัจจุบันเจ้าของร้านค้าโชห่วยจึงเลือกที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าจากแหล่งขายสินค้าเพียงแหล่งเดียวเพื่อจะได้ลดต้นทุนในการเดินทาง ซึ่งด้วยเหตุนี้เองทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยก็ได้เลือกที่จะซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้ามากกว่า เพราะในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้านั้นจะช่วย

ลดต้นทุนในการเดินทางมากกว่า เพราะเดินทางไปห้างเพียงที่เดียวก็สามารถซื้อสินค้าได้ตรงกับความต้องการได้อย่างเพียงพอแล้ว เพราะสินค้าที่วางขายที่ห้างสรรพสินค้าจะมีให้เลือกมากกว่าสินค้าที่มีวางขายตามร้านขายสินค้าส่งอื่นๆในเขตจังหวัด

5. ความหลากหลายของสินค้า สินค้าที่มีวางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้น แต่เดิมจะไม่ค่อยมีความหลากหลายนัก ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายด้านยี่ห้อ และประเภทของสินค้า ทั้งนี้ก็เพราะจังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีความเจริญต่ำ ร้านขายสินค้าส่งในเขตจังหวัดจะนำสินค้าต่างๆมาวางขายบางยี่ห้อเท่านั้น จึงทำให้ร้านค้าโชห่วยแต่ละร้านก็จะมีสินค้าวางขายซ้ำๆกัน ดูไม่มีความแตกต่างมากนัก และเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการนั้น ก็ได้นำเอาความหลากหลายของสินค้าเข้ามาวางขายด้วย เพราะสินค้าที่วางขายที่ห้างสรรพสินค้าจะมีทั้งสินค้าที่ได้รับการโฆษณาผ่านสื่อ และไม่ผ่านสื่อ อีกทั้งยังมีสินค้าที่เป็นยี่ห้อของทางห้างฯเองวางขาย และสินค้าที่นอกเหนือต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานอีกมากมาย ซึ่งทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยสามารถเลือกสินค้ามาวางขายให้กับลูกค้าได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้นไม่ถูกจำกัดเพียงไม่กี่ยี่ห้อ หรือสินค้าบางประเภทเท่านั้น

6. ปริมาณของสินค้า สินค้าที่มีวางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นก็จะมีปริมาณมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ แต่หากเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่สินค้าบางประเภทขาดตลาดก็จะส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยเช่นกัน เพราะการมีข้อจำกัดในด้านของแหล่งที่มาของร้านขายสินค้าส่ง เนื่องจากที่จังหวัดสกลนครมีร้านขายสินค้าส่งเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น ทำให้ในบางครั้งสินค้าต่างก็มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการที่เขตจังหวัดสกลนครนั้นก็ทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยสามารถซื้อสินค้าต่างๆได้จากห้างสรรพสินค้าได้อีก 1 แห่ง ซึ่งก็ได้ทำให้ร้านค้าโชห่วยจะมีปริมาณสินค้าที่ขายในร้านเพิ่มมากขึ้น และมีสินค้าสำรองในสต็อกเพื่อบริการต่อลูกค้าจะได้ไม่ต้องเกิดเหตุการณ์สินค้าหมดภายในร้าน

7. ความกระตือรือร้น จากกรณีห้างสรรพสินค้านั้นจะส่งผลดีต่อร้านค้าโชห่วยในแง่ของการสร้างความกระตือรือร้นของเจ้าของร้านค้าโชห่วยที่จะมีการปรับปรุงร้านของตนเองอยู่ตลอดเวลา เช่นการพุดจา การบริการ ตลอดจนการปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงสินค้าภายในร้านเพื่อความอยู่รอดและเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

ผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยภายหลังจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้า

1. สินค้ามีราคาถูกกว่าร้านค้าโชห่วย ราคาสินค้าที่ขายที่ห้างสรรพสินค้านั้น ไม่ที่จะเป็นการซื้อแบบแพ็ค หรือแบบขายปลีกต่างก็จะมีราคาสินค้าที่ถูกมากกว่าร้านค้าโชห่วย ทั้งนี้เพราะทางห้างสรรพสินค้า จะรับสินค้ามาจากบริษัทที่ผลิตสินค้าแต่ละประเภทโดยตรง อีกทั้งปริมาณในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งก็มาก จึงทำให้ทางห้างสรรพสินค้าจะซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และราคาขายสินค้าก็จะถูกตามไปด้วย อีกทั้งสินค้าที่วางขายที่ห้างสรรพสินค้ายังมีการจัดสินค้าในราคาโปรโมชั่นที่จะลดราคาสินค้าต่ำกว่าราคาป้าย โดยจะมีสินค้าต่างๆหมุนเวียนกันไปในแต่ละรอบสัปดาห์ ทำให้ราคาสินค้ายิ่งถูกลงไปกว่าเดิม ซึ่งราคาสินค้าที่ทางร้านวางขายนั้นจะเป็นราคาสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยไม่สามารถขายได้ เพราะได้ซื้อสินค้ามาจากที่ห้างสรรพสินค้านั่นเอง ดังนั้นหากจะขายสินค้าให้ได้กำไรนั้นก็จำเป็นที่จะต้องมีการบวกราคาสินค้าเพิ่ม ซึ่งโดยทั่วไปนั้นร้านโชห่วยจะเพิ่มราคาสินค้าที่จะวางขายที่ร้านต่อขึ้น ประมาณ 2-5 บาท ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสินค้าในแต่ละประเภทด้วย

2. ความหลากหลายของสินค้า สินค้าที่วางขายที่ห้างสรรพสินค้าจะมีความหลากหลายในด้านของยี่ห้อสินค้า และประเภทของสินค้า ที่จะมีทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค และอาหารสด ตลอดจนสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสินค้าที่วางขายที่ร้านโชห่วยแล้วนั้นพบว่าร้านโชห่วยจะมีความหลากหลายของสินค้าน้อยกว่า เช่น ที่ร้านโชห่วยจะไม่มีสินค้าประเภทอาหารสด และเสื้อผ้าขาย ซึ่งหากลูกค้าต้องการซื้อสินค้าเหล่านี้ก็ต้องเดินทางซื้อที่ตลาด และตามร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างมากกว่า ซึ่งความหลากหลายของสินค้าที่มีวางขายที่ห้างสรรพสินค้านั้นก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วยเท่าไรนั้น แต่หากยังส่งผลกระทบต่อตลาดสด และร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างอีกด้วย

3. รายรับของร้านค้าโชห่วยลดลง เดิมพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้านั้นจะซื้อสินค้าทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค จากที่ร้านโชห่วย หรือจากตลาด แต่พอมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการที่จังหวัดแล้วนั้น ก็ได้ส่งผลให้พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

3.1. การซื้อสินค้าในปริมาณมาก หากลูกค้าต้องการซื้อสินค้าในปริมาณมาก นั้น ลูกค้าก็จะเดินทางไปซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า เพราะที่ห้างสรรพสินค้าจะมีสินค้าให้เลือกมากกว่า และมีราคาถูกลงกว่า

3.2 การซื้อสินค้าเพียงเล็กน้อย หากลูกค้าต้องการซื้อสินค้าเพียงไม่กี่ชิ้น และสินค้าที่ต้องการก็เป็นสินค้าอย่างง่าย ลูกค้าก็จะเลือกที่จะซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยมากกว่า เพราะความสะดวกรวดเร็ว

ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันรายรับของร้านโชห่วยบางร้านลดลง เพราะลูกค้ามักจะซื้อสินค้าที่ร้านในราคาที่ไม่สูง และซื้อในปริมาณไม่มากเหมือนก่อน

5.3.2 ปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น)

ผลกระทบเชิงลบต่อร้านค้าโชห่วยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น)

จากการศึกษาผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วยนั้น นอกจากจะมีปัจจัยที่มาจากห้างสรรพสินค้าแล้วนั้นยังมีอีกหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วยเช่นกัน โดยผลกระทบจากร้านสะดวกซื้อที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร จากการศึกษพบว่าร้านสะดวกซื้อไม่ได้ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อร้านค้าโชห่วย แต่กลับส่งผลกระทบเชิงลบต่อร้านค้าโชห่วยเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยผลกระทบเชิงลบที่ร้านสะดวกซื้อที่มีต่อร้านค้าโชห่วยมีดังต่อไปนี้

ผลกระทบเชิงลบที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น)

1. เวลาในการให้บริการ ทั้งนี้เนื่องมาจากเวลาของการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อหรือร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น จะเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และไม่มีวันหยุด แต่หากเป็นร้านค้าโชห่วยนั้นทางร้านก็มักจะเปิดให้บริการแต่เช้าและปิดให้บริการในช่วงเวลาหัวค่ำ ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านค้าโชห่วยไม่มีโอกาสที่จะให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลาเหมือนร้านสะดวกซื้อ จึงทำให้ร้านประเภทนี้ดึงลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการที่ร้านได้มากกว่า อีกทั้งเมื่อลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อบ่อยขึ้นเรื่อยๆ ก็จะทำให้ลูกค้ามีความคุ้นเคยกับร้านมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าไม่เลือกที่จะเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยอีกต่อไป

2. รูปแบบในการให้บริการ รูปแบบการให้บริการของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) นั้นจะดูทันสมัยมากกว่าที่ร้านค้าโชห่วย ซึ่งรูปแบบการให้บริการของร้านสะดวกซื้อจะส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยดังต่อไปนี้

2.1 เครื่องคิดราคาสินค้า ที่ร้านสะดวกซื้อจะมีเครื่องคิดราคาสินค้าที่ดูเป็นระบบ และทันสมัย เพราะเมื่อมีการคิดราคาสินค้าในแต่ละชิ้น เครื่องก็จะแสดงราคาสินค้าให้กับลูกค้าได้เห็น ซึ่งจุดนี้จะมีความแตกต่างกับร้านค้าโชห่วย คือโดยทั่วไปแล้วร้านค้าโชห่วยมักจะคิดราคาสินค้าต่างๆด้วยตัวเอง ซึ่งอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ หรือในบางครั้งที่ทางร้านจะนำเครื่องคิดเลขเข้ามาช่วยในการคิดราคาสินค้า แต่ก็ยังดูไม่ทันสมัยพอหากเปรียบเทียบกับการให้บริการของร้านสะดวกซื้อ

2.2 บริการCounter service การที่ร้านสะดวกซื้อจะมีการให้บริการในส่วน ของCounter service ที่ให้บริการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ได้นั้นก็ทำให้เกิดการดึงดูดลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้านเพิ่มมากขึ้น เพราะทำให้สามารถชำระค่าใช้จ่ายภายในบ้านได้เพียงแห่งเดียว และสามารถชำระค่าบริการในช่วงเวลาใดก็ได้ ซึ่งการมี Counter service ของร้านสะดวกซื้อ นี้จะส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยในด้านของการดึงดูดลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อมากขึ้น เพราะพฤติกรรมของลูกค้าเมื่อเข้าไปใช้บริการ Counter service แล้วก็มักจะซื้อสินค้าติดไม้ติดมือออกมาด้วยเสมอไม่ว่าจะเป็นขนม เครื่องดื่มข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยลดลง

2.3 การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายของร้านสะดวกซื้อนั้นจะเป็นรูปแบบของการใช้บัตรแทนเงินสด การสะสมแต้มปีในการแลกซื้อสินค้า หรือแลกของรางวัลและบริจาคสมทบทุนโครงการต่างๆ ภายในร้าน ซึ่งในด้านของการส่งเสริมการขายของร้านสะดวกซื้อนี้จะมีความแตกต่างกับร้านค้าโชห่วยนั่นก็คือ ร้านค้าโชห่วยจะใช้เทคนิคในการให้ของที่ระลึกตามเทศกาลต่าง การให้ของแถมเล็กน้อย เช่นน้ำแข็งแก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งดูไม่น่าสนใจและไม่น่าติดตามเท่ากับการส่งเสริมการขายของร้านสะดวกซื้อ

2.4 การบริการอุ่นอาหาร ซึ่งการอุ่นอาหารให้กับลูกค้านี้จะทำให้ได้อาหารที่พร้อมรับประทานได้รวดเร็ว ซึ่งจะมีทั้งการอุ่นอาหารประเภทอาหารกล่อง แยมเบอร์เกอร์ขนมจีบ ซาลาเปา และได้กรอก ตามแต่ความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ซึ่งการบริการเช่นนี้จะไม่พบเห็นได้ตามร้านค้าโชห่วย

2.5 การให้บริการของพนักงาน การให้บริการของพนักงานที่ร้านสะดวกซื้อ นั้นจะได้รับการอบรมจากบริษัทมาเป็นอย่างดีจะต้องมีการปฏิบัติเช่นไรไม่ว่าจะเป็นการกล่าวทักทาย การกล่าวคำขอบคุณ และการแนะนำสินค้า ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นกรปฏิบัติตามหน้าที่และระเบียบข้อบังคับของทางบริษัทก็ตาม แต่ก็สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งแตกต่างจากการให้บริการที่ร้านค้าโชห่วยที่ว่าทางร้านสะดวกซื้อจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเหมือนกับว่าลูกค้าได้รับการบริการเป็นอย่างดีกว่าร้านค้าโชห่วย ซึ่งแม้เจ้าของร้านค้าโชห่วยจะมีการพูดคุยกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านแต่ก็จะเป็นการพูดคุยแบบทั่วๆไป ไม่มีคำลงท้าย ครับ/คะ เหมือนที่ร้านสะดวกซื้อซึ่งการพูดคุยของพนักงานร้านสะดวกซื้อถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้านมากขึ้น เพราะลูกค้าบางคนจะชอบการบริการในรูปแบบของพนักงานร้านสะดวกซื้อ

3. การตกแต่งร้าน การตกแต่งร้านสะดวกซื้อนั้นจะดูทันสมัย และสะอาดสะอ้าน น่าเข้าไปใช้บริการมากกว่าร้านค้าโชห่วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการจัดวางสินค้า ความสะอาด ความสว่าง การติดเครื่องปรับอากาศ ซึ่งในส่วนของรูปแบบการตกแต่งร้านสะดวกซื้อสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

3.1 การจัดวางสินค้าภายในร้าน ร้านสะดวกซื้อจะมีข้อได้เปรียบร้านค้าโชห่วยในด้านของความเป็นระเบียบ และความเป็นหมวดหมู่ของสินค้ามากกว่า ซึ่งถึงแม้ว่าร้านค้าโชห่วยหลายๆร้านจะมีการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ แต่ก็ยังดูไม่เป็นระเบียบเท่าร้านสะดวกซื้อ โดยการจัดวางสินค้าของร้านสะดวกซื้อจะทำให้ลูกค้าหาสินค้าที่ต้องการได้ง่ายกว่าการเลือกสินค้าที่ร้านค้าโชห่วย

3.2 ความสะอาด ในเรื่องของความสะอาดของร้านสะดวกซื้อนั้นไม่ว่าจะเป็นในส่วนพื้นร้าน หรือตัวสินค้าเอง จะพบว่าร้านสะดวกซื้อจะรักษาความสะอาดได้ดีกว่าที่ร้านค้าโชห่วย เพราะโดยทั่วไปแล้วทางร้านค้าโชห่วยจะรักษาความสะอาดแต่เพียงส่วน

ของพื้นร้านเท่านั้น แต่ในส่วนของสินค้า ทางร้านกลับไม่ดูแลความสะดวกเท่าที่ควร ดังนั้น จึงทำให้ลูกค้าบางส่วนเลือกที่จะเข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อมากกว่า

3.3 ความสว่าง ร้านค้าโชห่วยโดยทั่วไปแล้วมักจะไม่นิยมเปิดไฟภายในร้าน ให้สว่างมากนัก จะเปิดเฉพาะบางพื้นที่ร้าน หรือในช่วงตอนค่ำเท่านั้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการประหยัดค่าไฟฟ้า แต่หากร้านสะดวกซื้อจะเปิดไฟส่องสว่างตลอดทั้งวันเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการเลือกสินค้า และทำให้ร้านดูโปร่ง และน่าเข้าไปใช้บริการมากกว่าร้านค้าโชห่วยที่ภายในร้านจะค่อนข้างมืดและอับ

3.4 เครื่องปรับอากาศ ร้านสะดวกซื้อจะดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้าน ด้วยการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน ที่ทำให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ร้านรู้สึกเย็นสบาย ไม่ร้อนอบอ้าวเหมือนอากาศด้านนอก ซึ่งเครื่องปรับอากาศนี้น้อยนักที่จะมีร้านค้าโชห่วยติดตั้งไว้เพื่อบริการแก่ลูกค้า ทั้งนี้ก็เพราะจะทำให้ร้านค้าโชห่วยมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น ไม่คุ้มเท่ากับราคาสินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วย

4. สินค้าภายในร้าน สินค้าที่วางขายที่ร้านสะดวกซื้อนั้นถือได้ว่ามีความหลากหลายของสินค้าที่ขายภายในร้านมาก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภค-บริโภค ขนม เครื่องดื่ม หนังสือพิมพ์ รวมไปถึงยารักษาโรค อีกทั้งสินค้าบางอย่างก็จะมีวางขายที่ร้านสะดวกซื้อเท่านั้น เช่น นมยี่ห้อโฟร์โมสต์กล่องลายหมีพูห์ เครื่องดื่มผสมเกลือแร่ Evolution กาแฟคอฟฟี่ก้า โดยสินค้าเหล่านี้จะสังเกตได้จากสัญลักษณ์ at only seven-eleven ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าบางกลุ่มเข้าไปใช้บริการได้ง่ายๆ เช่นเด็กๆก็มักจะซื้อนมกล่องลายหมีพูห์ เพราะความชื่นชอบในตัวการ์ตูน หรือผู้ใหญ่ก็จะชอบดื่มกาแฟ/ชาเขียว/สเลอปี³⁵ ที่ร้านสะดวกซื้อเพราะมีรสชาติที่เข้มข้น ราคาถูก และหาซื้อได้ง่าย

5. ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากขนาดของร้านสะดวกซื้อมีขนาดไม่ใหญ่นัก จึงทำให้สามารถหาทำเลที่ตั้งเพื่อเปิดร้านได้ง่าย ซึ่งทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกซื้อนั้นก็มักจะอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก สะดวกต่อการเดินทางและการพบเห็น ดังนั้นจึงทำให้ร้านสะดวกซื้อมีสถานที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกันกับร้านค้าโชห่วย และจากการที่ร้านสะดวกซื้อมีแหล่งที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนนี้

³⁵ น้ำอัดลมปั่นกริตน้ำแข็ง

เองก็จะทำให้ลูกค้าในชุมชนนิยมเข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อเพราะร้านดูทันสมัยกว่าหากเปรียบเทียบกับร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกัน

จากเหตุผลข้างต้นนี้ก็สาเหตุให้ลูกค้านิยมเข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ มากกว่าร้านค้าโชห่วย ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยเช่นกัน เพราะรูปแบบการบริการของร้านสะดวกซื้อที่มีการเข้าถึงชุมชนได้เหมือนกับร้านค้าโชห่วย และเมื่อเปรียบเทียบกันในด้านของเวลาในการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ การตกแต่งร้าน และสินค้าบางประเภทที่มีวางขายที่ร้านสะดวกซื้อเท่านั้น ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวถือว่าเป็นข้อได้เปรียบของร้านสะดวกซื้อที่มีต่อร้านค้าโชห่วย

5.3.3 ปัจจัยที่มาจากร้านโชห่วยประเภทเดียวกัน

ผลกระทบเชิงบวกที่มาร้านโชห่วยประเภทเดียวกัน

1. ความเกื้อกูลระหว่างร้านค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากในแต่ละชุมชนจะเปิดให้บริการหลายร้าน ซึ่งเจ้าของร้านแต่ละร้านก็จะเป็นคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันเอง ดังนั้นจึงทำให้ร้านค้าโชห่วยทั้งหมดจะต้องเกิดความช่วยเหลือ และพึ่งพาอาศัยกันเพื่อความอยู่รอด ซึ่งความช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกันของร้านค้าโชห่วยนี้จะพบเห็นได้จากการแนะนำให้กับลูกค้าในกรณีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านแล้วทางร้านไม่มีสินค้าประเภทนั้นวางขายในร้าน ซึ่งทางเจ้าของร้านก็จะแนะนำให้ลูกค้าไปซื้อที่ร้านที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกัน ซึ่งการกระทำในลักษณะนี้จะเป็นการแสดงถึงความเกื้อกูล และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในละแวกชุมชนเดียวกัน

2. การกลายเป็นย่านการค้าแห่งใหม่ การกลายเป็นย่านการค้าแห่งใหม่นั้นจะเกิดขึ้นจากการที่มีร้านค้าโชห่วยตั้งอยู่รวมกันหลายร้านสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกัน เพราะจะทำให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาใช้บริการในย่านการค้านี้สามารถเดินเข้าไปใช้บริการในร้านอื่นๆที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันได้โดยที่ไม่เสียเวลาในการเดินทาง

ผลกระทบเชิงลบที่มาจากร้านค้าช่วยเหลือประเภทเดียวกัน

จากการเปิดให้บริการของร้านค้าช่วยเหลือที่เพิ่มมากขึ้นจนในบางพื้นที่เกิดการแข่งขันทางการค้าของร้านค้าช่วยเหลือประเภทเดียวกันเองในปัจจุบัน ซึ่งผลกระทบเชิงลบต่อร้านค้าช่วยเหลือประเภทเดียวกันมีดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มขึ้นของร้านค้าช่วยเหลือ เนื่องมาจากในปัจจุบันได้มีร้านค้าช่วยเหลือทั้งที่มีการเสียภาษีที่ถูกต้อง และเสียภาษี เกิดขึ้นเรื่อยๆทำให้ในบางพื้นที่มีร้านค้าช่วยเหลือเปิดให้บริการมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วทางเจ้าของร้านค้าช่วยเหลือรายใหม่ๆ จะให้เหตุผลที่เปิดร้านค้าช่วยเหลือว่าดีกว่าการอยู่เฉยๆ ให้เงินนอนนิ่งโดยไม่เกิดประโยชน์ ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ผู้ว่างงานที่มีเงินทุนหันมาเปิดร้านค้าช่วยเหลือเพิ่มขึ้น เห็นได้จากการที่มีร้านค้าช่วยเหลือที่มีลักษณะโครงสร้างเป็นบ้านพักเปิดให้บริการตามตรอกซอกซอยเพื่อให้บริการแก่คนในชุมชนเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของร้านค้าช่วยเหลือด้วยกันเองนี้ทำให้ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกร้านค้าเพื่อเข้าไปใช้บริการได้มากขึ้น

2. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านลดลง ทั้งนี้ก็เนื่องจากการเพิ่มจำนวนของร้านค้าช่วยเหลือที่มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในปัจจุบัน ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งลูกค้าก็จะมีภาระกระจายตัวกันไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าช่วยเหลือต่างๆ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าว่าจะเลือกเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าช่วยเหลือร้านใด

3. รายรับของร้านค้าช่วยเหลือลดลง เป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่มีร้านค้าช่วยเหลือประเภทเดียวกันเกิดขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา ซึ่งก็ได้ทำให้มีการกระจายตัวของลูกค้าออกไปตามร้านค้าช่วยเหลืออื่นๆ ดังนั้นจึงทำให้รายรับของร้านค้าช่วยเหลือลดลงจากอดีตในตอนที่ยังไม่มีร้านคู่แข่งทางการค้ามากเหมือนในปัจจุบัน

5.3.4 ปัจจัยด้านอื่นๆ

จากการเก็บข้อมูลทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่นที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบที่ส่งผลต่อร้านค้าโชห่วยที่นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าโชห่วยด้วยตนเอง โดยปัจจัยด้านอื่นที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครในปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มาจากกระแสโลกาภิวัตน์ จากสภาพเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยกับสภาวะเงินเฟ้อในปัจจุบัน เช่น ความผันผวนของราคาน้ำมัน ต้นทุนการผลิตสินค้าจากโรงงานที่สูงขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ราคาของสินค้าในปัจจุบันมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ในทางกลับกันรายได้ของประชาชนยังคงเท่าเดิม ซึ่งก็ได้ทำให้ลูกค้าของร้านค้าโชห่วยต่างต้องประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง เพราะพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าในปัจจุบันนั้นจะแตกต่างจากในอดีตในแง่ที่ว่าลูกค้าจะลดปริมาณการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องสำอาง ขนม หรือดซื้อสินค้าที่ไม่ต้องการใช้เร่งด่วนลง ซึ่งจุดนี้เองทำให้ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยบางร้านมีรายรับลดลง

2. ปัจจัยที่มาจากหน่วยงานด้านผังเมือง กฎระเบียบของกรมโยธาธิการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างห้างสรรพสินค้า นั้น ทางกรมโยธาธิการได้มีกฎระเบียบข้อบังคับในการก่อสร้างอาคารเพื่อประโยชน์ในการใช้ที่ดินที่มีระเบียบข้อบังคับว่าห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ควรอยู่ห่างจากผังเมืองรวม 15 กิโลเมตร แต่ในทางปฏิบัตินั้นกรมโยธาธิการกลับปล่อยให้มีการก่อสร้างห้างสรรพสินค้าในเขตเมืองรวมได้ ซึ่งนั่นก็ได้ก่อผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวข้องในทางการค้าทั้งในภาคของการค้าปลีก และการค้าส่ง

3. ปัจจัยที่มาจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศ สืบเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ ในปัจจุบันของประเทศเกิดสภาวะเงินเฟ้อที่ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น แต่รายได้ของประชาชนกลับไม่เพิ่มขึ้นซึ่งจากสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ ได้ส่งผลให้ทางร้านค้าโชห่วยได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยเจ้าของร้านค้าโชห่วยได้กล่าวว่า

“ผลกระทบที่ได้รับในปัจจุบันที่ทางร้านได้รับนั้นจะเป็นผลที่ได้รับมาจากเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้ ซึ่งก็คิดว่าทุกคนคงได้รับผลกระทบนี้เช่นกันเพราะทุกวันนี้ข้าวของมีราคาสูงขึ้น เช่น น้ำมันแพงทำให้อะไรๆก็มี

ราคาสูงขึ้นด้วยกันทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นการผลิตและการขนส่งที่มีราคาสูงกว่าเดิมมากๆ คือทุกวันนี้จะเห็นได้ว่าผู้คนที่มีการบริโภคน้อยลงที่จากเมื่อก่อนมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านกันมากทั้งซื้อขนม/น้ำอัดลม/เหล้า/ยาสูบ(บุหรี่ยี่ห้อ)ที่จะมากขึ้นแทบทุกวันแต่ว่าในช่วงหลังๆนี้ที่ค่าครองชีพสูงขึ้นทำให้คนประหยัดรัดเข็มขัดเพื่อความอยู่รอดกันทั้งนั้น”³⁶

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนทั่วไป ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าของร้านโชห่วยลดการซื้อสินค้าลงเพราะจะต้องประหยัดเพิ่มขึ้น งดการซื้อสินค้าที่นอกเหนือต่อความจำเป็น อีกทั้งยังมีการวางแผนล่วงหน้าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ซึ่งจากพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้าเช่นนี้เองก็ส่งผลให้ร้านโชห่วยมีรายได้ลดน้อยลงตามไปด้วย

4. ปัจจัยที่มาจากลักษณะทางธรรมชาติ อัตราการเข้าไปใช้บริการที่ร้านโชห่วยของลูกค้านั้นนอกเหนือจากภาวะเศรษฐกิจที่กล่าวมาแล้วนั้น ปัจจัยที่มาจากธรรมชาติก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่ออัตราการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้วยโดยทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยได้ให้กล่าวว่า

“เรื่องของอากาศนี่ก็เป็นข้อสำคัญอีกข้อหนึ่งที่ทำให้มีผู้คนมาใช้บริการน้อยลงเพราะจะสังเกตได้ว่าในช่วงฤดูร้อนชาวบ้านจะค่อนข้างมาซื้อสินค้ากันมากกว่าช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว”³⁷

ทั้งนี้เพราะหากเป็นช่วงฤดูฝน ที่มีพายุพัดผ่านในเขตพื้นที่หรือในช่วงฤดูหนาวในช่วงที่มีอากาศหนาวจัด ก็จะทำให้ไม่มีลูกค้าเดินทางออกมาซื้อสินค้ามากเท่าที่ควร ซึ่งสภาพภูมิอากาศของจังหวัดสกลนครนั้นหากเป็นช่วงฤดูฝนก็จะมีฝนตกหนักติดต่อกันนานหลายวันและในบางพื้นที่ก็อาจจะมีน้ำท่วมขังทำให้ลูกค้าไม่สะดวกต่อการเดินทาง และหากเป็นช่วงฤดูหนาวนั้นในบางช่วงก็จะมีอากาศหนาวจัด ซึ่งก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าไม่เดินทางเช่นกัน

³⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

³⁷ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

จากปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มาจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) นั้นจะส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยมากที่สุด เพราะจากการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ไม่ได้ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อร้านค้าโชห่วยเลย เพราะสินค้าที่วางขายรูปแบบของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) มีความคล้ายคลึงกับร้านค้าโชห่วย ประกอบกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าในปัจจุบันจะซื้อสินค้าในปริมาณมากจากห้างสรรพสินค้า และจะซื้อสินค้าเล็กๆ น้อยๆ จากที่ร้านค้าโชห่วยหรือที่ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) แทนแต่ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) จะมีข้อได้เปรียบมากกว่าร้านค้าโชห่วยหลายๆ ด้านทั้งในส่วนของรูปแบบ-สีสันทันในการตกแต่งร้านที่สะดุดตา สินค้าที่วางขายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทั้งในส่วนของขนม/อาหาร/เครื่องดื่ม ที่เป็นสิ่งที่แตกต่างจากร้านค้าโชห่วยที่ไม่มีให้บริการ โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องดื่มสเลอปี³⁸ ที่ได้รับความนิยมจากลูกค้ายิ่งในช่วงฤดูร้อนความต้องการของลูกค้าก็ยิ่งสูงขึ้น การจัดวางสินค้าที่ดูเป็นระเบียบ บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ภายในร้านติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อความสะอาดสบายของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ใช้เทคโนโลยีในการบริหารร้านที่ทันสมัยในการคิดราคาสินค้า มีเอกลักษณ์เฉพาะคือเสียงฮือฮาที่ประตูเข้า-ออก พร้อมกับเสียงทักทาย “สวัสดีครับ/ค่ะของพนักงานในชุดเครื่องแบบที่อยู่บริเวณเคาน์เตอร์คิดราคาสินค้าและจุดเด่นของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) คือช่วงเวลาในการเปิดให้บริการที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ตลอดเวลา ประกอบกับขนาดพื้นที่ของร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ไม่ใหญ่นักทำให้ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) สามารถเปิดให้บริการตามชุมชนได้ง่ายกว่าการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าที่ต้องการขนาดพื้นที่มาก ทำให้ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) สามารถขยายสาขาสู่ชุมชนได้อย่างรวดเร็ว

ด้วยเหตุที่ร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้า จึงทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยหลายรายมีการสร้างร้านเพื่อให้คล้ายคลึงกับร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) และมีเจ้าของร้านค้าโชห่วยอยากปรับปรุงร้านให้เหมือนร้านเซเว่นฯ โดยให้เหตุผลที่อยากปรับปรุงร้านให้เหมือนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นเพราะว่าลูกค้าต้องการความสะดวกสบาย ความหรูหรา ทันสมัยมีแอร์ในร้าน เพราะทุกวันนี้เมืองมีความเจริญขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นเราจะให้ร้านเป็นแบบเดิมไม่ได้เพราะคงไม่มีใครมาเข้าร้านเราก็เลยต้องปรับตัวเองให้เป็นไปตามยุคตามสมัย³⁹ ซึ่งการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยเพื่อให้คล้ายคลึงกับร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) ก็เพื่อ

³⁸ น้ำอัดลมปั่นเกล็ดน้ำแข็ง

³⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 22 ธันวาคม 2550.

ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพราะการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าไม่เพียงแค่ว่าเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่เป็นการซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจด้วย ดังนั้นเจ้าของร้านค้าโชห่วยจึงมีแนวความคิดที่จะปรับปรุงร้านค้าโชห่วยของตนเองเพื่อให้ร้านค้าโชห่วยของคนอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบัน

5.4 การปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนคร

การปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนครจะมีการปรับตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป และมีการปรับตัวของร้านอยู่ตลอดเวลา เพราะการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยนั้นจะมีการปรับตามสภาพของการเปลี่ยนแปลงที่มาจากความเจริญของเมือง การเพิ่มขึ้นของจำนวนของประชากร การเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้ ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของจำนวนรถส่วนตัวและการคมนาคมที่สะดวกในปัจจุบัน จากการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองสกลนคร ทั้ง 5 ด้าน มีการแยกประเภทของการเปลี่ยนแปลง และปรับตัวของร้านค้าโชห่วยเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบทชุมชน ตามหลักของการค้าปลีกทั้ง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. **ด้านองค์ประกอบของร้าน** การปรับปรุงร้านร้านค้าโชห่วยในด้านองค์ประกอบของร้าน หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพนั้น จะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านของลักษณะโครงสร้างและขนาดของร้านค้า เพราะแต่เดิมนั้นลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยจะเป็นบ้านพักอาศัยที่ร้านค้า กล่าวคือ เจ้าของร้านค้าโชห่วยจะดัดแปลงพื้นที่การใช้สอยของบ้านในบางส่วนให้เป็นพื้นที่ในการจัดวางสินค้า ซึ่งทำให้ขนาดพื้นที่ของร้านมีความคับแคบ เพราะต้องแบ่งพื้นที่อีกส่วนใช้ในการอยู่อาศัย จากสภาพทางกายภาพของร้านค้าโชห่วยนั้นจะเห็นได้ว่าลักษณะโครงสร้างของร้านไม่ดึงดูด และมีขนาดของพื้นที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจึงมีการปรับปรุงลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยจากสิ่งที่ตนเองมีอยู่เป็นทุน โดยจะมีต่อเติมร้านจากโครงสร้างเดิมให้มีพื้นที่ของร้านกว้างขึ้น ซึ่งในการปรับปรุงลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยนั้นจะใช้เงินทุน และขนาดของพื้นที่ว่างเป็นตัวกำหนดว่าจะสามารถขยายร้านได้มาก-น้อยเพียงใด เพราะถ้ามีพื้นที่ว่างมากก็จะสามารถต่อเติมร้านได้มากกว่าพื้นที่ว่างที่มีจำกัด แต่โดยทั่วไปแล้วทางเจ้าของร้านมักจะมีการต่อเติมร้านให้ได้มากที่สุดจนเต็มพื้นที่ ซึ่งทำให้ร้านค้าโชห่วยมีขนาดของพื้นที่ใหญ่ขึ้นไม่คับแคบเช่นในอดีต

การเปลี่ยนแปลงลักษณะโครงสร้างของร้านที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยนิยมทำอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การนำกระจกมาติดไว้รอบๆตัวร้านเพื่อความสวยงาม และดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านมากขึ้น แต่ทั้งนี้ในการปรับปรุงร้านค้าโชห่วยนั้นจะมีการปรับปรุงเพียงในส่วนพื้นที่ของร้านเท่านั้น ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนที่เป็นพื้นที่ของที่พักอาศัย ซึ่งก็ทำให้ลักษณะโครงสร้างของร้านค้าโชห่วยในปัจจุบันดูโปร่ง และสวยงามขึ้น แต่ยังคงความเป็นบ้านพักอาศัยไว้เช่นเดิม

ในด้านของความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงร้านค้าโชห่วยของลูกค้าในปัจจุบันนั้นก็ได้รับผลดีมาจากการเจริญเติบโต และการขยายตัวของเมือง ที่ทำให้มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการเดินทาง ประกอบกับสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยก็เอื้ออำนวยต่อการเดินทางเข้าไปใช้บริการ เพราะร้านค้าโชห่วยมักจะตั้งอยู่ติดถนนสายสำคัญ ทำให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถส่วนตัว หรือรถโดยสารประจำทาง

2. **ด้านสินค้า** การเปลี่ยนแปลงสินค้าภายในร้านค้าโชห่วยนี้จะเป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ง่ายที่สุด โดยร้านค้าโชห่วยจะมีวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสินค้าที่วางขายภายในร้านอยู่ 2 วิธีด้วยกันคือ

2.1 การเพิ่มสินค้าที่วางขายภายในร้าน วิธีการเพิ่มสินค้าภายในร้านนั้นทางเจ้าของร้านจะใช้การสังเกตและการพูดคุยกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านและเพิ่มสินค้าภายในร้านที่ยังขาดเหลือชิ้นมาขายในร้าน โดยทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยกล่าวว่า

“ช่วงหลังๆมานี้ก็จะเพิ่มของในร้านให้มากขึ้น คือจะมีสินค้าให้ครบทุกประเภท เพราะที่ผ่านๆมาจะเน้นพวกของกิน-ของใช้มากกว่า แต่ทุกวันนี้ก็จะเอาพวกหลอดไฟ นิตยสารมาวางขายด้วย เพราะอยากให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อของที่ร้านแล้วได้ของครบทุกอย่างตามที่อยากได้ออกไป”⁴⁰

จากคำบอกเล่าดังกล่าวก็แสดงให้เห็นว่าทางร้านค้าโชห่วยจะเลือกสินค้าที่คิดว่าเป็นที่ความต้องการของลูกค้ามาวางขายภายในร้านให้ได้มากที่สุดเพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่เสียโอกาสในการซื้อ

⁴⁰ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 4 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 25 ธันวาคม 2550.

สินค้าและทางร้านจะได้ไม่เสียโอกาสที่จะให้บริการต่อลูกค้าอีกด้วย ซึ่งก็สอดคล้องกับที่ลูกค้าของร้านได้กล่าวว่า

“ของที่ขายที่ร้านเดี๋ยวนี้ก็เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณแล้วก็ความหลากหลาย เพราะแต่ก่อนของที่ขายที่ร้านมันจะไม่ครอบคลุมต่อความต้องการเท่าไหน แต่พอบอกกับเจ้าของร้านไปว่าอยากได้ของอะไรที่ในร้านมันไม่มีทางป้าเจ้าของร้านแกก็จะเอาของอย่างที่ยกมาวางขายที่ร้านให้”⁴¹

2.2 การเปลี่ยนสินค้าที่วางขายภายในร้าน การเปลี่ยนแปลงสินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นจะเป็นการเปลี่ยนแปลงสินค้าที่ทางเจ้าของร้านใช้ความสนิมสนมกับลูกค้าในการสอบถามถึงความต้องการประกอบกับการสังเกตถึงความนิยม และพฤติกรรมกรซื้อสินค้าของลูกค้าภายในร้านว่าสินค้าประเภทใดบ้างที่ขายดี-ขายไม่ดี และสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าในปัจจุบันคืออะไร และเมื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้วนั้นทางเจ้าของร้านจะทำการเปลี่ยนแปลงสินค้าภายในร้านโดย เพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่ขายดีขึ้นทั้งในด้านของขนาดและยี่ห้อ อีกทั้งจะเพิ่มปริมาณของสินค้าให้มากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในทางกลับกันหากมีสินค้าประเภทใดที่ขายไม่ดี ไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ทางเจ้าของร้านก็จะลดปริมาณของสินค้าลง และจัดหาสินค้าอื่นๆมาวางขายแทน

ส่วนของสินค้าอื่นๆที่เป็นสินค้าที่ขายได้เป็นอันดับรองลงมาจากสินค้าที่ขายดีภายในร้านนั้น ทางเจ้าของร้านจะอาศัยความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้าในการสอบถามถึงความต้องการของลูกค้า และจะใช้การสังเกตเป็นตัวช่วยเพื่อคาดคะเนถึงความต้องการของลูกค้าว่ายังมีสินค้าประเภทใดอีกที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า และเมื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้วนั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยก็จะนำสินค้าประเภทนั้นมาขายเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่เสียประโยชน์จากการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า เพราะสินค้าที่มีวางขายในร้านจะมีให้เลือกครบ และตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ

นอกเหนือจากสินค้าต่างๆทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่มที่มีวางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้น ยังมีสินค้าที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยทำเพื่อขายเองไม่ว่าจะเป็นอาหารสด ของกิน

⁴¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 12 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 20 ธันวาคม 2550.

เล่น เช่นผลไม้ดอง น้ำปั่น และน้ำแข็งไสก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน โดยการเปลี่ยนแปลงของสินค้าเหล่านี้จะเป็นการเปลี่ยนแปลงตามความพอใจของเจ้าของร้านค้า
 โซห่วยเอง ว่าอยากจะทำอะไรขายในแต่ละวัน ซึ่งสินค้าเหล่านี้ก็ได้รับความนิยมจากลูกค้ามาก
 เพราะมีรสชาติที่ถูกปาก และราคาไม่แพง

3. ด้านการบริการ การบริการลูกค้าเป็นการวางรูปแบบการขายของร้านค้าโซห่วยเพื่อ
 ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งการบริการต่อลูกค้านั้นยังเป็นการสร้างความพึงพอใจที่
 เจ้าของร้านค้าโซห่วยนิยมใช้กันเพราะเป็นการลงทุนที่ไม่สูงนัก แต่หากสามารถสร้างความพึง
 พอใจต่อลูกค้าได้ ในการให้บริการของร้านค้าโซห่วยนั้นจะแบ่งรูปแบบการให้บริการออกเป็น 2
 ประเภทคือ การบริการที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าโดยตรง และการบริการเสริมเพื่อความ
 สะดวกสบาย

3.1 การบริการที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าโดยตรง เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการ
 ให้บริการของร้านค้าโซห่วย คือ ร้านค้าโซห่วยจะเปิดให้บริการในช่วงเช้าตรู่ เริ่มตั้งแต่ 06.00
 นาฬิกา เรื่อยไปจนถึงช่วงหัวค่ำในทุกๆวัน ในส่วนของรูปแบบการให้บริการนั้นจะแบ่งออกเป็น 2
 ประเภทคือ แบบบริการตนเอง และแบบเจ้าของร้านหยิบสินค้าให้ โดยในแบบบริการตนเองนั้นจะ
 เป็นในลักษณะของการที่ลูกค้าสามารถเดินเลือกสินค้าเองได้ตามความพอใจ แล้วค่อยนำเงินมา
 ชำระกับเจ้าของร้าน ส่วนแบบเจ้าของร้านหยิบสินค้าให้ นั้นจะเป็นลักษณะที่ทางลูกค้าจะแจ้ง
 รายการสินค้าที่ตนเองต้องการต่อเจ้าของร้าน เพื่อให้เจ้าของร้านหยิบสินค้า พร้อมกับคิดราคา
 สินค้าให้ ลูกค้าเพียงแต่รอชำระราคาสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งรูปแบบการให้บริการเช่นนี้
 นิยมทำกันมากในกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาชายที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งการบริการที่
 เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าโดยตรงนั้นยังรวมไปถึงการบริการที่จอดรถ และการรับเปลี่ยนสินค้า
 ให้กับลูกค้า โดยในส่วนของกรให้บริการด้านที่จอดรถนั้นได้รับผลอันเนื่องมาจากสถานที่ตั้งของ
 ร้านค้าโซห่วยที่อยู่ติดถนน ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโซห่วยสามารถจอดรถได้ที่ริม
 ถนนด้านหน้าของร้านและเข้ามาใช้บริการที่ร้านได้เลย และในส่วนของกรรับเปลี่ยนสินค้าของ
 ลูกค้า นั้นจะเกิดขึ้นในกรณีที่ทางลูกค้าให้เจ้าของร้านหยิบสินค้าให้และมีความผิดพลาดแต่ทางร้าน
 ก็จะได้รับเปลี่ยนสินค้านั้นให้เช่นเดียวกับในกรณีที่มิลูกค้าของร้านค้าโซห่วยได้กล่าวว่า

“บางครั้งทางร้านก็หยิบสินค้าให้ผิดบ้าง อย่างของมันหมดอายุ
ขนาดของสินค้าบ้าง เพราะตรงนี้มีผลในเรื่องราคาด้วย
แต่ก็ดีนะที่มันเปลี่ยนคืนได้”⁴²

จากการที่ลูกค้าสามารถเปลี่ยนสินค้าคืนได้นี้ถือได้ว่าเป็นการบริการเพื่อแสดงความ
รับผิดชอบต่อลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าได้รับสินค้าที่ไม่ตรงต่อความต้องการและยังเป็นการรักษาลูกค้า
ของร้านค้าให้ช่วยได้อีกต่อหนึ่ง

3.2 การบริการเพื่อเสริมความสะดวกสบายอื่นๆ เป็นบริการที่นอกเหนือจาก
สินค้าที่วางขายภายในร้าน การบริการดังกล่าวนี้จะมีความแตกต่างกันไปของแต่ละร้านเพราะทาง
เจ้าของร้านค้าให้ช่วยจะเลือกบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่อาศัยอยู่ใน
ละแวกว่าภายในชุมชนยังขาดอะไร หรือมีความต้องการสิ่งใดบ้าง เช่นการมีเครื่องอัตโนมัติแบบ
หยอดเหรียญไว้บริการลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องซักผ้า โดยเฉพาะในส่วนของ
เครื่องซักผ้า นั้นจะเป็นการให้บริการเสริมเพื่อรองรับกับวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองที่ผู้คนมีความ
เร่งด่วน และไม่ค่อยมีเวลาว่างที่จะซักผ้าด้วยตนเอง ดังนั้นการที่ร้านค้าให้ช่วยมีเครื่องซักผ้าไว้
บริการก็ถือเป็นการเพิ่มความสะดวกต่อการใช้ชีวิตของลูกค้า และยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับ
ร้านค้าให้ช่วยอีกต่อหนึ่ง

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ในด้านของการส่งเสริมการขายนั้นจะเป็นการสร้างความ
ดึงดูด และความสนใจจากลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าให้ช่วย โดยเทคนิคในการส่งเสริมการ
ขายอย่างง่ายที่ทางร้านค้าให้ช่วยทำกันคือ การให้บริการในส่วนของโต๊ะ-เก้าอี้ และน้ำดื่ม ซึ่งเป็น
การแสดงออกถึงน้ำใจจากเจ้าของร้านค้าให้ช่วยที่ต้องการเอื้อเฟื้อต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน
เพราะจะทำให้ลูกค้าสามารถนั่งดื่ม-กินสินค้าที่ซื้อจากร้านได้ ซึ่งทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใช้
ร้านค้าให้ช่วยเป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์ของลูกค้าได้อีกแห่งหนึ่ง

ในส่วนของ การส่งเสริมการขายอีกวิธีหนึ่งที่ทางเจ้าของร้านค้าให้ช่วยนิยมทำเช่นเดียวกัน
คือ การให้ของแถมและของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน ในส่วนของ การให้ของแถมนั้น
จะเป็นการให้ของแถมในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มไม่ว่าจะเป็น สุรา เบียร์ หรือ
น้ำอัดลม โดยทางเจ้าของร้านจะแถมน้ำแข็งให้เพื่อให้ลูกค้านำไปผสมกับเครื่องดื่มที่ซื้อไปจาก

⁴² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 14 ลูกค้าร้านค้าให้ช่วย, 26 ธันวาคม 2550.

ทางร้าน และในส่วนของกาทำให้ของที่ระลึกนั้น ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะนิยมให้ของที่ระลึกกับลูกค้าในวันสำคัญ เช่น

“ช่วงวันปีใหม่ กับ วันตรุษจีนของทุกๆปีที่ร้านก็จะให้ของที่ระลึกเล็กๆน้อยๆกับลูกค้าที่เข้ามาซื้อของ อย่างพวกขนม พวงกุญแจ หรือส้มในวันตรุษจีน”⁴³

การส่งเสริมการขายของร้านค้าโชห่วยเช่นนี้ถือได้ว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกับลูกค้า เพราะการส่งเสริมการขายที่ดีก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านบ่อยขึ้น

5. ด้านการบริหารร้าน ร้านค้าโชห่วยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารร้านอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ต่อเจ้าของร้านค้าโชห่วยเองในแง่ของความอยู่รอดท่ามกลางกระแสการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบัน โดยการปรับเปลี่ยนการบริหารงานของร้านนั้นจะเป็นในเรื่องของการควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ซึ่งเป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมในการซื้อสินค้ามาวางขายที่ร้าน โดยในปัจจุบันเจ้าของร้านค้าโชห่วยเลือกที่จะซื้อสินค้าต่างๆจากห้างสรรพสินค้าแทนการซื้อสินค้าจากร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด ทั้งนี้ก็เพราะความสะดวกและความประหยัด ซึ่งการประหยัดนี้จะเป็นการประหยัดในด้านของการเดินทาง (ประหยัดน้ำมัน) ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อสินค้าจากหลายๆแห่ง และสุดท้ายคือประหยัดต้นทุนทางด้านราคาสินค้า ซึ่งก็สอดคล้องกับหลักของการซื้อสินค้าแบบ5R's คือการพิจารณาจากการซื้อสินค้า ให้ได้คุณสมบัติที่ถูกต้อง (Right quality) จำนวนที่ถูกต้อง (Right quantity) เลือกซื้อจากแหล่งที่ถูกต้อง (Right source) ในราคาที่ถูกต้อง (Right price) และตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Right want)⁴⁴โดยสามารถนำออกขายแล้วมีกำไร ทั้งนี้ในการซื้อสินค้าเพื่อนำมาวางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นก็ได้รับปัจจัยผลักดันมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่สินค้าต่างๆมีราคาสูงขึ้น ประกอบกับราคาของน้ำมันที่ใช้ในการเดินทางก็สูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งหากทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยยังคงรูปแบบการซื้อสินค้าจากร้านขายสินค้าส่งหลายๆแห่งก็จะทำให้มีต้นทุนในการลงทุนสูงขึ้น ดังนั้นการเลือกซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าจึงเป็นทางเลือก

⁴³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 4 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 25 ธันวาคม 2550.

⁴⁴ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และ สุณีย์ เลิศแสงวงกิจ, การดำเนินงานร้านค้าปลีก, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิงอักษร, 2538), หน้า29.

ให้กับเจ้าของร้านค้าช่วยในการซื้อสินค้าที่จะได้ราคาต้นทุนที่ต่ำที่สุดเพื่อสินค้าที่นำมาวางขายต่อให้กับลูกค้าจะได้มีราคาที่ไม่สูงจนเกินไป และทำให้เจ้าของร้านค้าช่วยมีกำไรในการขายสินค้ามากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านของการจัดการบริหารร้านเช่นนี้นั้นเจ้าของร้านค้าช่วยที่ได้ทำการสัมภาษณ์มานั้นต่างก็ปฏิบัติเช่นนี้เหมือนกันทุกร้าน

จากการปรับตัวของร้านค้าช่วยทั้ง 5 ด้านของร้านนั้นจะเป็นการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของชุมชน ทั้งในด้านของสภาพแวดล้อมในชุมชน และวิถีชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าช่วยไม่ว่าจะเป็นในด้านองค์ประกอบของร้านเพื่อการดึงดูดสายตา ด้านสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ด้านการบริการเพื่อการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความประทับใจ และด้านการบริหารร้านเพื่อความอยู่รอด โดยการปรับตัวของร้านทั้ง 5 ด้านนี้ต้องทำอยู่ตลอดเวลา เพราะในปัจจุบันอัตราการแข่งขันทางการค้ามีสูง ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น และหากร้านค้าช่วยไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงก็จะส่งผลเสียต่อร้านค้าช่วยเองที่จะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านน้อยลง และไม่สามารถอยู่รอดได้ อีกทั้งการอยู่รอดได้ของร้านค้าช่วยในเขตเมืองสกลนครนั้นไม่ได้มีเพียงแค่อำนาจการปรับตัวและบทบาทของร้านเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีคน และชุมชนเป็นองค์ประกอบร่วมด้วย เพราะแม้ร้านค้าช่วยจะมีการปรับตัวให้ดีมากเพียงใด แต่หากไม่มีลูกค้าหรือชุมชนที่ให้การสนับสนุนแล้วนั้นร้านค้าช่วยก็คงไม่สามารถที่จะอยู่รอดได้ท่ามกลางกระแสของความเจริญ และการแข่งขันทางการค้าที่มีอยู่อย่างเข้มข้นในระบบ

5.5 ปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าช่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

จากการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้าที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นในอีกแง่มุมหนึ่งว่าห้างสรรพสินค้าเหล่านี้กลับไม่ได้ส่งผลกระทบไปยังร้านค้าช่วยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมากนัก เพราะทางเจ้าของร้านค้าช่วยให้ข้อมูลว่าภายหลังจากมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในจังหวัดนั้นทางร้านก็ไม่รับผลกระทบใดๆ เพราะสินค้าที่ขายในร้านยังคงขายสินค้าได้ตามปกติ ซึ่งจากการที่ร้านค้าช่วยในเขตเมืองสกลนครไม่ได้รับผลกระทบนี้ก็มาจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ร้านค้าช่วยมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เนื่องมาจากผลกระทบด้านต่างๆที่ส่งผลให้ร้านค้าช่วยต้องมีการเปลี่ยนแปลงนั้น เกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุและสามารถเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะมาจากความถ่วงดุลทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังระบบเศรษฐกิจ

สินค้ามีราคาสูงขึ้น การเพิ่มคู่แข่งทางการค้าทั้งจากร้านสะดวกซื้อ (ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น) และร้านค้าโชห่วยประเภทเดียวกันเอง ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ตลอดจนลักษณะทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นฤดูฝน หรือฤดูหนาวก็ส่งผลต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าทั้งสิ้น ทำให้ร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนครก็ต้องมีการปรับตัวของร้านอยู่ตลอดเวลา

2. ขนาดของห้างสรรพสินค้า ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการในเขตเมืองสกลนครทั้ง 3 แห่งนั้น ล้วนแต่มีขนาดพื้นที่ให้บริการขนาดเล็กไม่มีสินค้า หรือการบริการเสริมอื่นๆมากเท่ากับห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดพื้นที่ให้บริการใหญ่ๆ เช่นเดียวกับห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการตามจังหวัดอื่นๆ ที่มีอัตราประชากรอาศัยอยู่มาก และเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงทำให้สินค้าที่วางขายภายในห้างสรรพสินค้าไม่มีความแตกต่างจากสินค้าที่มีวางขายที่ร้านค้าโชห่วยมากนักทำให้ลูกค้ายังคงซื้อสินค้าจากร้านค้าโชห่วยควบคู่ไปกับการซื้อสินค้าจากร้านห้างสรรพสินค้า

3. สถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วย ถือเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ชิดกับผู้คนและชุมชนมากกว่าห้างสรรพสินค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าที่เป็นคนในละแวกเขตอิทธิพลของร้านค้าโชห่วยสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ ประกอบกับสินค้าที่วางขายที่ร้านโชห่วยจะเป็นสินค้าลำดับต่ำ (สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน) ต้องการลูกค้าที่อาศัยอยู่ใกล้กับร้าน และซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอก็ทำให้ร้านค้าโชห่วยอยู่รอดได้ ประกอบกับความคุ้นชินต่อสถานที่ที่ร้านค้าโชห่วยเป็นแหล่งซื้อขายอยู่คู่กับชุมชนมาช้านานทำให้ลูกค้ามีความคุ้นชินกับสถานที่ เพราะลูกค้าจะมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านที่ตนคุ้นเคยและเข้าไปใช้บริการอยู่เป็นประจำ โดยทางลูกค้าได้กล่าวถึงสาเหตุที่ร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครยังคงอยู่รอดได้ว่า

“เพราะลูกค้าที่ไปซื้อของก็จะติดนิสัยเดิมๆ ตั้งแต่เด็ก
คือใครเคยซื้ออะไรที่ไหน ก็จะซื้อที่นั่น เพราะถือว่าเป็น
ร้านประจำไปแล้ว”⁴⁵

ดังนั้นเมื่อลูกค้ามีความต้องการสินค้าแบบเร่งด่วนก็จำนึกถึงร้านค้าโชห่วยใกล้บ้านเป็นอันดับแรกเสมอเพราะมีความคุ้นเคยในสถานที่และเจ้าของร้านค้าโชห่วย

⁴⁵ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

4. บรรยากาศความเป็นกันเอง ความสนิทสนมและเป็นกันเองของร้านค้าโชห่วยนั้นถือเป็นเสน่ห์ของร้านที่มีไว้ต้อนรับลูกค้า ที่เจ้าของร้านและลูกค้าสามารถพูดคุยจาหยอกล้อกันได้ ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นเครือญาติเดียวกัน โดยทางลูกค้าได้กล่าวว่า

“อยากให้ร้านฯคงความเป็นกันเองนี้เอาไว้ เพื่อคงความเป็นร้านโชห่วยอย่างนี้ต่อไป เพราะตอนนี้ไม่ว่าจะเป็นห้างฯ หรือร้านฯ ก็จะมีของขายเหมือนกัน เลยอยากให้ร้านคงความเป็นกันเองอย่างนี้ต่อไป เพราะความคุ้นเคย คุ้นชินอย่างนี้ไม่ได้มีให้เห็นในห้าง”⁴⁶

สอดคล้องกับลูกค้าอีกหนึ่งรายที่กล่าวว่า

“ความสนิทสนมคุ้นเคยกันระหว่างลูกค้ากับเจ้าของร้าน มีแต่จะมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะความจริงใจของเจ้าของร้านหาไม่ได้จากในห้างฯ”⁴⁷

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสนิทสนมและความผูกพันระหว่างเจ้าของร้านค้าโชห่วยและลูกค้าที่ของร้าน โดยการสร้างความสนิทสนมนี้จะอาศัยความจริงใจ และระยะเวลา ยาวนานเป็นองค์ประกอบควบคู่กันไป

5. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เพราะรูปแบบการให้บริการของร้านค้าโชห่วยนั้นไม่ต้องอาศัยกฎระเบียบการเข้าแถวรอคิดราคาสินค้าเช่นห้างสรรพสินค้า ทำให้ลูกค้าไม่ต้องใช้เวลามากนักในการซื้อสินค้า

6. ความแตกต่างด้านสินค้า สินค้าที่วางขายภายในห้างสรรพสินค้านั้นถึงแม้จะมีความหลากหลายแต่ก็เชื่อว่าจะครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้าทั้งหมดได้เสมอไป เพราะสินค้าที่วางขายที่ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการที่เขตเมืองสกลนครนั้นจะเน้นไปทางสินค้าเพื่อการ

⁴⁶ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 11 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 9 พฤศจิกายน 2550.

⁴⁷ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 19 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

อุปโภคและบริโภคขั้นพื้นฐานในครัวเรือนมากกว่า ทำให้สินค้าบางอย่างหาซื้อไม่ได้จากห้างสรรพสินค้าแต่จะมีขายที่ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น แต่หากที่ร้านค้าโชห่วยมักจะมีการรวบรวมเอาสินค้าประเภทข้างของเครื่องใช้ในครัวเรือนไว้บริการแก่ลูกค้าด้วย ไม่ว่าจะเป็น เต่า ถ่าน ฟัน ไม้กวาด ตลอดจนน้ำมันรถจักรยานยนต์แบบแบ่งขายโดยทางลูกค้าได้กล่าวว่าจะซื้อพวกน้ำมันเครื่องที่ร้านเพราะมันมีแบบแบ่งขายที่สะดวก เพราะเติมแล้วก็ค่อยขับไปเติมที่ปั๊มต่อ⁴⁸ เห็นได้ว่าสินค้าที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยนำมาขายก็ช่วยในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ เพราะการซื้อสินค้าของลูกค้าจะมีทั้งมีความต้องการใช้แบบเล็กๆน้อยๆที่ร้านค้าโชห่วยใกล้บ้านแล้วค่อยเดินทางไปซื้อไกลขึ้นหาต้องการซื้อสินค้าปริมาณมาก รวมไปถึงสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ และของทานเล่นที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยทำขึ้นมาเอง ไม่ว่าจะเป็น ผลไม้ดอง น้ำปั่น น้ำแข็งไส ที่ทางลูกค้าได้ให้เหตุผลถึงการซื้อสินค้าประเภทของดองจากที่ร้านค้าโชห่วยว่า

“ของดองอยู่ห่างขมนไม่ค่อยอร่อยแล้วก็ไม่สะอาดทำให้ซื้อพวกของดองจากที่ร้านแถวนี้มากกว่า”⁴⁹

จะเห็นได้ว่าสินค้าที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยทำขายเอง ซึ่งสินค้าเหล่านี้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าจะพบว่าสินค้าที่ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยทำขายเองล้วนแต่จะเป็นสินค้าที่ขายได้ดีภายในร้านค้าโชห่วยทั้งสิ้น เพราะลูกค้ามีความเชื่อใจว่าสินค้าจะมีความสด สะอาดและอร่อย เพราะมาจากฝีมือของทางเจ้าของร้านเองมากกว่าสินค้าที่ทางห้างวางขาย เพราะลูกค้าจะมีความเชื่อที่ว่าสินค้าประเภทอาหารจะไม่อร่อยเท่ากับที่มาวางขายที่ร้านค้าโชห่วยและตลาดสด

7. สินค้าแบ่งขาย สินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นจะเป็นสินค้าขายปลีกแบบชิ้นเล็กๆไม่ว่าจะเป็นสินค้าในหมวดเครื่องอุปโภค-บริโภค น้ำแข็ง สุรา เบียร์ และบุหรี่ มักจะมีการแบ่งขายให้กับลูกค้า เช่นน้ำแข็งราคา 5 บาท หรือบุหรี่ มีกี่มวน เพื่อให้เหมาะกับความต้องการและกาใช้งานของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ไมสูงนัก แต่สินค้าที่มีวางขายที่ห้างสรรพสินค้านั้นไม่มีการแบ่งขายให้กับลูกค้าจะมีแต่สินค้าที่เป็นบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ มากกว่า ซึ่งการขายสินค้าแบบแบ่งขายนี้ถือเป็นจุดเด่นของร้านค้าโชห่วยในการเป็นแหล่งกระจายสินค้าสู่ชุมชน

⁴⁸ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 7 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 2 กุมภาพันธ์ 2551.

⁴⁹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 9 ลูกค้าร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

8. สินค้าที่ขายตรงต่อความต้องการของลูกค้า สินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นจะตอบสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนได้แตกต่างกันไปไม่จำเป็นว่าสินค้าประเภทเดียวกันจะขายดีเหมือนกันทุกร้านเพราะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมภายในชุมชนนั้นๆ ซึ่งทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะใช้ความใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้าในการทำความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้าว่าทางลูกค้าต้องการสินค้าประเภทใด สินค้าใดกำลังได้รับความนิยม สินค้าใดที่ตอนนี้ลูกค้าของร้านลดความนิยมลง ดังนั้นจึงทำให้สินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลง และมีการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าภายในร้านอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน ซึ่งการที่ทางร้านมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าภายในร้านให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้านั้นก็เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเข้ามาใช้บริการที่ร้านบ่อยๆ

9. เจ้าของร้านค้าโชห่วยมีอาชีพเสริม เจ้าของร้านค้าโชห่วยหลายรายมีอาชีพเสริมที่นอกเหนือจากร้านค้าโชห่วย ซึ่งทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนภายในร้านได้ โดยอาชีพเสริมของร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนครนั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นอาชีพค้าขาย แต่จะเป็นการค้าขายสินค้าประเภทอื่นที่นอกเหนือจากสินค้าที่มีวางขายในร้านค้าโชห่วย ไม่ว่าจะเป็นอาชีพเสริมในส่วนของ การทำโรงศพ และขายอาหาร ทั้งนี้การมีอาชีพเสริมของแต่ละร้านจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วยเอง

10. การเจริญเติบโตของเทศบาลเมืองอยู่ในระดับต่ำ ถึงแม้เขตเมืองสกลนคร จะมีขนาดทางพื้นที่มาก และมีความเจริญของเมืองในเชิงรูปธรรม เช่นห้างสรรพสินค้า แต่ไม่ได้ส่งผลต่อวิถีความเกื้อกูลของคนในชุมชน เพราะรูปแบบทางการค้า และการดำรงชีวิตนั้นยังคงมีวิถีความเป็นสังคมชนบทปะปนอยู่ ดังจะเห็นได้จากการที่คนในชุมชนยังคงให้ความอุดหนุนต่อร้านค้าโชห่วยโดยการซื้อสินค้าจากร้านอยู่ ซึ่งถึงแม้จะเป็นการซื้อสินค้าแบบเล็กๆน้อยๆก็ตาม โดยลูกค้าต่างให้เหตุผลของการเข้าไปใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยนั้นมาจากความสนิทสนมคุ้นเคย ถือว่าอาศัยอยู่ร่วมชุมชนเดียวกันกับเจ้าของร้านค้าโชห่วย จึงเกิดความเกรงอก เกรงใจ และมีแนวคิดที่ว่าหากซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยก็ถือว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือกับคนในชุมชนด้วยตนเอง ซึ่งก็ปฏิบัติกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการช่วยเหลือกันที่เป็นมาแต่ครั้งอดีตก่อนจะมีความเจริญเกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งขัดแย้งกับการแนวทางพัฒนาของเทศบาลเมืองในปัจจุบันที่ส่งเสริมให้เทศบาลเมืองมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านของการค้าส่งและค้าปลีก ให้บริการทั้งในระดับเมือง ระดับจังหวัด และระดับอนุภูมิภาค เพื่อให้จังหวัดสกลนครเป็นเมือง

ศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจลำดับที่ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ⁵⁰ ซึ่งจากแนวทางการพัฒนา และวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองสกลนครได้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้จะมีการพัฒนาเมืองให้มีความเจริญเท่าไรก็ตามแต่วิถีการพึ่งพาอาศัยยังคงอยู่ ถือว่าเป็นการดำเนินชีวิต ร่วมกันในสภาพสังคมที่มีความเจริญมาประยุกต์ใช้กับวิถีการดำเนินชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยได้อย่าง สอดคล้อง

11. ความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้าและชุมชน ระบบความสัมพันธ์ ระหว่างร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้าและชุมชน เรียกได้ว่าเป็นความผูกพันที่มีมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้ เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยก็เป็นคนที่อยู่ในชุมชนเองที่เปิดร้านค้าโชห่วยเพื่อให้บริการกับผู้คน ที่ อยู่ในละแวก ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าโชห่วยที่อยู่ใกล้ชิดกับคน และชุมชนมากกว่า ห้างสรรพสินค้า เพราะร้านค้าโชห่วยเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านหรือเครือญาติที่รู้จักกันดีในชุมชน นั้นๆ ทำให้ในปัจจุบันยังมีลูกค้าที่อาศัยในชุมชนแวะเวียนมาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยอยู่เสมอ รูปแบบความสัมพันธ์ของร้านค้าโชห่วยที่มีต่อลูกค้า นั้นจะเป็นความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีความเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน เพราะต่างก็อยู่อาศัยร่วมในชุมชนเดียวกัน นอกเหนือจาก ความคุ้นเคยกันระหว่างเจ้าของร้านค้าโชห่วยและลูกค้าที่อาศัยในละแวกแล้วนั้นยังมีลูกค้าบาง รายที่พักอาศัยอยู่นอกขอบเขตการให้บริการของร้านค้าโชห่วยเดินทางมาใช้บริการที่ร้าน โดยทาง ลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการที่ร้านได้ให้เหตุผลว่ามาจากความคุ้นเคยกับสถานที่ ที่เคยมาใช้ บริการตั้งแต่อดีต ดังนั้นเมื่อจะซื้อสินค้าเล็กๆน้อยๆก็มักจะนึกถึงร้านที่ตนเองคุ้นเคยก่อนเสมอ

ในด้านของความสัมพันธ์ของร้านโชห่วยที่มีต่อชุมชนนั้นจะอยู่ในรูปแบบของการให้ความ ก่อกูลกันในชุมชน เพราะร้านค้าโชห่วยจะมีการให้ความช่วยเหลือกับชุมชนไม่ว่าจะเป็นการให้ พนุการศึกษาแก่นักเรียน-นักศึกษา ร่วมแรงในงานพัฒนาของชุมชน เช่นการทำความสะอาด และ การแข่งขันกีฬา ตลอดจนงานทำนุบำรุงศาสนาในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในวันสำคัญทาง ศาสนาที่ทางชุมชนร่วมกันจัดขึ้น โดยเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านของเงิน เครื่องดื่ม ขนม อาหาร และแรงงาน สุดแท้แต่ความต้องการของคนในชุมชน และศักยภาพของ ร้านค้าโชห่วยเอง

⁵⁰ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, “การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวม เมืองสกลนคร(ปรับปรุงครั้งที่2),”2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

นอกจากนี้จากการสร้างความสัมพันธ์อันดีของร้านโชห่วยที่มีต่อลูกค้า และชุมชนแล้วนั้น ร้านค้าโชห่วยภายในชุมชนก็ยังมีกิจกรรมมิตรทางการค้ากันเอง โดยการพึ่งพาอาศัย และให้ความช่วยเหลือซึ่งกันโดยเจ้าของร้านค้าโชห่วยได้กล่าวว่า

“ร้านใกล้ๆก็เหมือนญาติกัน เพราะเราอยู่ชุมชนเดียวกัน
มานาน ทำทุกคนเปรียบเหมือนญาติกันไปแล้ว ก็ช่วยเหลือ
กัน ก็พอมีลูกค้าเข้ามาซื้อของแต่ถ้าที่ร้านไม่มีก็จะแนะนำ
ให้ไปซื้อของที่ร้านใกล้ๆ ที่พอจะมีของพวกนั้นขายอยู่บ้าง”⁵¹

ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านแล้วทางร้านไม่มีสินค้าที่ตรงต่อความต้องการ เจ้าของร้านโชห่วยก็จะแนะนำลูกค้าให้ไปซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วยอื่น ที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกันนั้น การกระทำเช่นนี้จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างร้านโชห่วยด้วยกันเองแล้วยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าอีกต่อหนึ่งด้วย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์ของร้านโชห่วยที่มีต่อลูกค้าและชุมชนนั้น ไม่ได้เป็นเพียงแหล่งซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่หากร้านโชห่วยยังเป็นศูนย์รวมทางด้านความสัมพันธ์ของชุมชนทั้งในด้านของความเกื้อกูล และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันตามวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมที่ความผูกพันของผู้คนในชุมชนยังคงอยู่ท่ามกลางกระแสสังคมที่ทันสมัย

12. การดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง ทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร จะนำเรื่องของความพอเพียงมาใช้ในส่วนของการบริหารจัดการร้านและการดำเนินชีวิต โดยทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยกล่าวว่า

“ตอนนี้ก็พอเพียง ไม่ทำอะไรเกินตัว เพราะตอนนี้เศรษฐกิจก็ไม่ดี
จะดีนั้นกว่านี้ก็ไม่ดี แล้วที่สำคัญตอนนี้ชีวิตก็มีความสุขดีพอแล้ว
เลยไม่อยากได้อะไรอีก”⁵²

เช่นเดียวกันกับการให้สัมภาษณ์ของเจ้าของร้านค้าโชห่วยอีกหนึ่งรายที่กล่าวว่า

⁵¹ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2550.

⁵² สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 2 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 7 พฤศจิกายน 2550.

“แม่ไม่ยอมทำอะไรไปมากกว่านี้แล้ว เพราะตอนนี้ครอบครัวแม่
ก็มีความสุขดีอยากมีความสุขแบบนี้ไปเรื่อยๆ เรียกว่าแม่ใช้ชีวิต
แบบพอเพียงก็ได้”⁵³

จากคำบอกเล่าของเจ้าของร้านค้าโชห่วยทั้ง 2 ราย แสดงให้เห็นถึงความสุขที่เจ้าของ
ร้านค้าโชห่วยมีอยู่ในขณะนี้เพราะสิ่งที่ทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยมีความสุขนั้นไม่ได้มาจากเงิน
หรือกำไรจากการค้าขาย เพราะสภาพเศรษฐกิจ และการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันโอกาสที่
จะทำให้ได้กำไรสูงๆนั้นยาก แต่สิ่งที่เจ้าของร้านค้าโชห่วยเป็นอยู่และมีความสุขในขณะนี้ เป็นสิ่งที่
ทำได้ง่ายกว่าขอเพียงสามารถรักษาร้านให้อยู่ได้ยังคงดีกว่าที่จะต้องแข่งขันกับร้านอื่นหรือ
ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการก็ถือว่าเป็นสิ่งที่น่าภูมิใจแล้ว

การอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครยังคงบทบาทของร้านค้าอยู่ได้
เพราะร้านค้ามีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร้านอยู่เสมอทั้งในด้านของ การเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพ
ในส่วนของการขยาย/ต่อเติมพื้นที่ และการจัดตกแต่งร้านค้าใหม่เพื่อดึงดูดสายตาของลูกค้า
การเปลี่ยนแปลงด้านสินค้า ในส่วนของการเพิ่ม/ลดสินค้าภายในร้าน จัดหาสินค้าเพื่อตอบสนอง
ต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด การเปลี่ยนแปลงด้านการบริการ ในส่วนของการเพิ่ม
บริการที่นอกเหนือจากการขายสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มการขายอาหาร
การทำสินค้าขึ้นเองเพื่อขายเพิ่มเติม การเพิ่มบริการทั้งเพื่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าใน
ส่วนของเครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องซักผ้า ตลอดจนการมีที่จอดรถไว้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น
การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ เพื่อวางแผนในการบริหารจัดการร้านค้า และการเปลี่ยนแปลง
ด้านสังคมของร้าน ในส่วนของการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน ซึ่งถือว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว
เป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร้านค้าตามหลักของการค้าปลีกและเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพ
เศรษฐกิจ และสังคมภายในละแวกชุมชน

นอกเหนือจากการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยเพื่อให้ร้านค้าอยู่รอดได้แล้วนั้น จากการ
สังเกต และการสัมภาษณ์จากเจ้าของร้านค้าโชห่วย และลูกค้าของร้านยังพบว่า มี 12 บัญชีที่ทำ
ให้ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่รอดได้ ที่มีทั้งบัญชีภายนอกและบัญชีภายใน โดยบัญชีภายในคือ
บัญชีที่มาจากเจ้าของร้านค้าโชห่วยเอง ที่มีการปรับปรุงร้านของตนเองอยู่ตลอดเวลาทั้งในด้าน
ของลักษณะทางกายภาพ และสินค้าที่วางขาย หรือในส่วนของจุดเด่นของร้านค้าโชห่วยในด้าน

⁵³ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้านค้าโชห่วย, 24 ธันวาคม 2550.

ของการมีสถานที่ตั้งของร้านค้าอยู่ใกล้ชุมชน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีบรรยากาศความเป็นกันเอง ระหว่างเจ้าของร้านกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และเจ้าของร้านค้าช่วยเหลือได้ยี่ดี หลักเศรษฐกิจพอเพียงเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตทั้งในส่วนของความเป็นอยู่ รวมถึงการดูแลบริหารจัดการร้านค้า และในส่วนของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้ร้านค้าช่วยเหลือยังคงอยู่รอดได้นั้นมาจากขนาดของห้างสรรพสินค้าที่ตั้งในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมีขนาดพื้นที่ของห้างไม่ใหญ่มาก ทำให้สินค้าที่วางขายไม่มีความแตกต่างจากสินค้าที่มีวางขายภายในร้านค้าโชห่วยนัก ประกอบกับความเจริญของเมืองเทศบาลสกลนครอยู่ในระดับต่ำ วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนยังคงมีความเกื้อกูลกันอยู่ จึงทำให้ลูกค้าที่เป็นประชาชนในละแวก หรือลูกค้าที่รู้จักสนิทสนมกับเจ้าของร้านค้าโชห่วยยังคงเข้าไปใช้บริการจากร้านค้าโชห่วยอยู่อย่างสม่ำเสมอ

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการบริหารบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อทราบถึง บทบาท การปรับตัว ความอยู่รอด และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาร้านค้าโชห่วย เพื่อให้คงบทบาทในวิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไปตามกระแสความเจริญในปัจจุบัน พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือเขตเทศบาลเมืองสกลนคร โดยสาเหตุที่ทางผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสกลนครในการศึกษาค้างนี้เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการก่อตั้งห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง ภายในระยะเวลา 3 ปี ดังนั้นจึงเป็นพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของประชาชน และการเปลี่ยนแปลงบทบาทของร้านค้าโชห่วยที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร ประกอบกับข่าวสารที่ผ่านมาก็ล้วนแต่นำเสนอถึงผลกระทบเชิงลบที่ร้านค้าโชห่วยได้รับเมื่อมีการก่อตั้งห้างสรรพสินค้า ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาว่าจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ร้านค้าโชห่วยจะมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างไร และนอกเหนือจากการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยแล้วจะมีปัจจัยใดอีกบ้างที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ร้านค้าโชห่วยอยู่รอด และในการศึกษาค้างนี้ทางผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวความคิดมาใช้ประกอบในการศึกษา คือ ทฤษฎีการขยายตัวของเมือง (Theories of Urban Growth) ในการอธิบายการขยายตัวของเมือง และเพื่อเลือกร้านค้าโชห่วยที่มีสถานที่ตั้งของร้านตามประโยชน์การใช้ที่ดินของเมืองสกลนคร ใช้ทฤษฎีย่านกลาง (Central Place Theory) ในการอธิบายถึงความอยู่รอดของร้านค้า และใช้แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของร้านค้าปลีก อธิบายถึงบทบาทหน้าที่ และการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

การศึกษาค้างนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นหลักร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นส่วนประกอบ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นทางผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วย และลูกค้า ที่เป็นตัวแทนของร้านค้าในแต่ละประโยชน์การใช้ที่ดินทั้ง 4 ประเภท โดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ และใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) ในการสังเกตลักษณะทางกายภาพของร้าน ส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณทางผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม

(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้า ที่ทางผู้วิจัยให้โควต้าลูกค้าของร้านค้าโชห่วยทั้ง 5 ร้าน ร้านค้าละ 20 คน รวม 100 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

6.1.1 พัฒนาการทางการค้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

พัฒนาการทางการค้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ

ช่วงที่ 1 จากอดีตถึงปีพ.ศ. 2538 เป็นยุคการค้าปลีกแบบดั้งเดิมของชุมชน ที่สถานที่การซื้อขายสินค้าจะมีเพียงตลาดที่เป็นศูนย์กลางทางด้านการค้าขนาดใหญ่ และร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ในละแวกชุมชนที่ถือเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน รูปแบบการซื้อขายสินค้ามีทั้งแบบเงินสดและแบบสินเชื่อ ทั้งนี้การซื้อขายในระบบสินเชื่อนั้นจะมาจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้ามีความสนิทสนมและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี นอกเหนือจากการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจแล้ว ร้านค้าโชห่วยก็ยังมีฐานะและบทบาทที่สำคัญในการเป็นศูนย์กลางทางด้านสังคมในการเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของคนในชุมชนในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของคนในชุมชนอีกต่อหนึ่ง

ช่วงที่ 2 ปีพ.ศ. 2539 ถึง พ.ศ. 2546 เป็นยุคของการเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงระบบการค้าภายในจังหวัด เพราะเป็นยุคที่มีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการแก่ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

ช่วงที่ 3 ปีพ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน เป็นยุคของที่มีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการและเป็นยุคที่มีการขยายสาขาของร้านสะดวกซื้ออีกหลายสาขาเพื่อรองรับความเจริญเติบโตของเมืองและจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ร้านค้าโชห่วยมีคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ร้านค้าโชห่วยเริ่มมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร้านเพื่อแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้า การเปลี่ยนแปลงของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านกายภาพ สินค้า การบริการ เศรษฐกิจ และสังคม ดังต่อไปนี้

1. **การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ** ร้านโชห่วยทั้ง 5 ร้านค้าที่ได้ทำการเก็บข้อมูลนั้นพบว่าแต่ละร้านไม่มีการเปลี่ยนแปลงอะไรเท่าใดนัก จะมีเพียงร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก และร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางที่มีการเปลี่ยนแปลงดังจะเห็นได้จากร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากมีการย้ายสถานที่ตั้งของร้านและปรับเปลี่ยน

ลักษณะของร้านไป คือ จากบ้านไม้ 2 ชั้น เพียง 1 หลัง ไปเป็นบ้านไม้ 2 ชั้น 1 หลัง และอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 1 คูหา และย้ายที่ตั้งร้านใหม่ โดยที่ตั้งของร้านใหม่นั้นจะอยู่ห่างจากร้านเดิม 4 คูหา ส่วนร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางนั้นได้มีการต่อเติมพื้นที่ของร้านขึ้นมา ทำให้ร้านมีขนาดใหญ่ขึ้น แต่ผลที่ตามมานั้นก็ทำให้เหลือพื้นที่ว่างสำหรับวางเก้าอี้ให้บริการลูกค้าน้อยลง และส่วนร้านโชห่วยอีก 3 ร้านนั้นถึงแม้ไม่ได้เปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพที่ชัดเจน แต่ร้านโชห่วยแต่ละร้านนั้นก็มีการปรับปรุงพื้นที่ในร้านใหม่ ทั้งนี้ก็เพื่อความ เป็นระเบียบ และเป็นสัดส่วนของสินค้าที่วางขายในร้านและเพื่อสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการในร้านโชห่วย

2. การเปลี่ยนแปลงด้านสินค้า สินค้าแทบทุกประเภทที่วางขายภายในร้านค้าโชห่วย จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านการเปลี่ยนสินค้าที่วางขาย การลดปริมาณสินค้าที่ไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้า และการเพิ่มปริมาณสินค้าที่ได้รับความนิยม เป็นสินค้าขายดีของร้าน ซึ่งเจ้าของร้านค้าโชห่วยจะเปลี่ยนแปลงสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และทางร้านยังมีการเพิ่มสินค้าบางประเภทที่ทางเจ้าของร้านเห็นสมควร หรือสินค้าที่ทางเจ้าของร้านค้าทำขึ้นเอง เช่น สินค้าประเภทโคงศพ หรือสินค้าประเภทอาหาร เช่น ผลไม้ดอง น้ำแข็งไส และอาหารปรุงสำเร็จ เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับลูกค้า และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าของร้านค้าโชห่วย

3. การเปลี่ยนแปลงด้านการบริการ การบริการของร้านค้าโชห่วยจะมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ ลูกค้าสามารถเดินเลือก-หยิบสินค้าเองได้ และอีกรูปแบบหนึ่งก็คือ ทางเจ้าของร้านจะเป็นฝ่ายหยิบสินค้าให้ ซึ่งการบริการของร้านค้าโชห่วยเช่นนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่หากการเปลี่ยนแปลงด้านการบริการของร้านค้าโชห่วย คือ การให้บริการที่นอกเหนือจากการให้บริการทางด้านสินค้า เช่น การให้บริการที่จอดรถ โต๊ะ-เก้าอี้ แผงซ่อมนาฬิกา เครื่องชั่งน้ำหนัก และเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบของการบริการเช่นนี้ถือเป็นการส่งเสริมการขายของทางร้านที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการภายในร้านค้าโชห่วยได้นอกเหนือจากการเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านเพียงอย่างเดียว

4. การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ เมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการนั้นพบว่าร้านโชห่วยทั้ง 5 ร้านไม่ได้รับผลกระทบเชิงลบมากนัก เพราะถึงแม้ว่าบางร้านที่มีรายรับลดลงภายหลังจากการเกิดห้างสรรพสินค้า แต่ก็ไม่ได้ทำให้ร้านจะต้องเลิกกิจการไป เพราะเมื่อมีห้างสรรพสินค้าทั้ง 3 แห่งเปิดให้บริการภายในจังหวัดนอกเหนือจากจะทำให้ประชาชนผู้บริโภคมีตัวเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้นก็ยังส่งผลในเชิงบวกต่อร้านค้าโชห่วยด้วยเช่นกันเพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยเลือกซื้อสินค้าจากที่ห้างสรรพสินค้าแทนเพราะสินค้านั้นมีราคาถูก ไม่เสียเวลาในการเดินทางไปซื้อจากหลายๆที่ซึ่งสามารถลดต้นทุนได้ในระดับหนึ่ง ประกอบกับเจ้าของร้านค้า

โซ่ห่วงบางรายเลือกที่จะลดปริมาณสินค้าในสต็อกคง โดยจะมีการซื้อเฉพาะสินค้าบางประเภทที่ขายหมดภายในร้านเท่านั้น โดยจะไม่สต็อกสินค้าไว้ในปริมาณมากเหมือนการบริหารจัดการสินค้าเช่นในอดีต เพราะจะเป็นลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นภายในร้านลง แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการกลับเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อร้านค้าโซ่ห่วงมากกว่า อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของร้านโซ่ห่วงด้านเศรษฐกิจไม่ได้มาจากการได้รับผลกระทบจากห้างสรรพสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโซ่ห่วงในเขตเทศบาลเมืองสกลนครมากที่สุดจนทำให้เจ้าของร้านค้าโซ่ห่วงต้องมีการเปลี่ยนแปลงนั้นมาจากการขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการในแหล่งชุมชนเช่นเดียวกับร้านค้าโซ่ห่วงได้กลายเป็นคู่แข่งของร้านค้าโซ่ห่วงมากกว่าเพราะสินค้าที่วางขายจะขายสินค้าประเภทเดียวกับที่วางขายที่ร้านค้าโซ่ห่วง เช่น ขนม เครื่องอุปโภค-บริโภค แต่ร้านสะดวกซื้อจะมีข้อได้เปรียบร้านค้าโซ่ห่วงในส่วนของรูปลักษณ์ของร้านที่สะอาดตา การบริการที่ดูเป็นระบบ และเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อมากกว่าที่ร้านค้าโซ่ห่วง

5. การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม การให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนของร้านค้าโซ่ห่วงนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะเจ้าของร้านค้าโซ่ห่วงยังคงให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนทั้งในด้านของการพัฒนาชุมชน และการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนในด้านอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ เพราะหากทางร้านไม่ได้ให้ความช่วยเหลือด้านกำลังแรงงาน ก็จะไม่ให้ความช่วยเหลือปัจจัยทางด้านเงิน ขนม เครื่องดื่ม หรือสินค้าอื่นที่มีวางขายในร้าน ที่จะแตกต่างกันไปตามแต่ละโอกาส

6.1.2 ความเป็นมาของร้านค้าโซ่ห่วงในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

ความเป็นมาของร้านค้าโซ่ห่วงที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครในระยะแรกจะเป็นการประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงชีพ ร้านค้ามีลักษณะโครงสร้างแบบบ้านไม้ และจำนวนร้านค้ามีไม่มากนักเพราะพื้นที่ของเทศบาลเมืองสกลนครในระยะแรกมีเพียง 2.25 ตารางกิโลเมตร ต่อมาเมื่อประชากรมีจำนวนมากขึ้นและมีการขยายตัวของเมืองออกไปเพื่อตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน ทำให้พื้นที่เมืองมีขนาดเพิ่มขึ้น พื้นที่ของเมืองออกไปโดยเริ่มจากเขตกำแพง-คูเมืองเดิมไปทางด้านทิศเหนือทิศใต้ และทิศตะวันตก ทำให้จำนวนของร้านค้าโซ่ห่วงเพิ่มมากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้คนตามละแวกชุมชนนั้นๆ ร้านค้าโซ่ห่วงที่มีสถานที่ตั้งตามพื้นที่ของเมืองที่มีการขยายตัวออกไปนั้นจะมีลักษณะโครงสร้างของร้านแบบอาคารพาณิชย์มากกว่าแบบโครงสร้างบ้านไม้ เพราะร้านค้าโซ่ห่วงมีแนวโน้มที่จะสร้างร้านเลียนแบบร้านสะดวกซื้อมากขึ้น สินค้าที่วางขายภายในร้านจะมีความคล้ายคลึงกันในส่วนของสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภค แต่หากเป็นร้านค้าที่เลียนแบบ

ร้านสะดวกซื้อก็จะมีสินค้าและบริการมากกว่า เช่นร้านโชห่วยบางร้านจะขายสุรา/บุหรี่ต่างประเทศ และเครื่องสำอาง เป็นต้น

การดำเนินงานภายในร้านค้าโชห่วยนั้นทางเจ้าของร้านจะเป็นผู้ดูแลเองทั้งหมดเริ่มตั้งแต่การเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาวางขายภายในร้าน ที่ในอดีตทางร้านจะซื้อสินค้าจากตลาด ร้านขายสินค้าส่ง หรือจากตัวแทนบริษัท แต่ในปัจจุบันการซื้อสินค้าของเจ้าของร้านจะนิยมซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า มาวางขายที่ร้านมากกว่าการซื้อสินค้าจากหลายๆที่เช่นเดิม เพราะความสะดวกและลดต้นทุนของสินค้าที่นำมาวางขายภายในร้าน การดูแลรักษาความสะดวกสบายของร้าน การบริการลูกค้าตลอดจนการบริการจัดการร้านค้า โดยรูปแบบการบริหารจัดการร้านค้านั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การบริหารจัดการแบบดั้งเดิม คือจัดการเองทั้งหมดมีผู้ช่วยเป็นคนในครอบครัวและไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ส่วนประเภทที่ 2 คือการบริหารจัดการร้านค้าโชห่วยให้มีความคล้ายคลึงกับร้านสะดวกซื้อ คือมีการจ้างพนักงานขายภายในร้านและมีการนำเครื่องคิดราคาสินค้าที่ทันสมัยมาใช้ภายในร้านเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ

6.1.3 บทบาทหน้าที่ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของร้านค้าโชห่วย

บทบาทของร้านค้าโชห่วยที่ตั้งในเขตเมืองสกลนครนั้นจากการศึกษาพบว่าสถานการณ์ในด้านบทบาทและความสำคัญของร้านค้าโชห่วยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อย โดยจากเดิมนั้นร้านค้าโชห่วยจะทำหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญของคนในชุมชน แต่ในปัจจุบันบทบาทด้านการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของร้านค้าโชห่วยที่มีต่อชุมชนได้ลดบทบาทลงไป เพราะเดิมนั้นร้านค้าโชห่วยจะเป็นสถานที่ที่มีการค้าขายที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค-บริโภค และอาหารแห้ง เช่น ข้าวสาร น้ำปลา น้ำตาล ที่เป็นสินค้าขายดีของร้าน แต่ในปัจจุบันร้านค้าโชห่วยกลายเป็นเพียงสถานที่ให้บริการทางด้านสินค้าที่ใช้ในยามฉุกเฉิน และสินค้าที่ไม่มีวางขายที่ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ เพราะสินค้าที่ขายดีที่ร้านค้าโชห่วยนั้นจะเป็นสินค้าเล็กๆน้อยๆ เช่นขนมขบเคี้ยวและโดยเฉพาะสินค้าเชิงอบายมุข เช่นสุรา เบียร์และบุหรี่แทน ซึ่งจากพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้านี้ได้แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ขายดีภายในร้านค้าโชห่วยจะเป็นสินค้าเชิงอบายมุขและมีแนวโน้มว่าสินค้าเหล่านี้จะเป็นสินค้าที่ขายดีต่อไปเรื่อยๆ ทั้งนี้เพราะเจ้าของร้านค้าโชห่วยบางรายไม่ให้ความสำคัญในเรื่องกฎหมายในเรื่องของการกำหนดอายุผู้ซื้อและช่วงเวลาในการขายสินค้าประเภทสุรา เบียร์และบุหรี่มากนัก แต่เจ้าของร้านค้าโชห่วยบางรายจะเน้นเรื่องรายได้ของร้านมากกว่า ดังนั้นจึงทำให้ขอบเขตการค้าของร้านค้าโชห่วยได้เปลี่ยนแปลงไป โดยในปัจจุบันขอบเขตการค้าของ

ร้านค้าโชห่วยในด้านการขายสินค้าเชิงอบายมุข (สุรา/เบียร์และบุหรี) ได้มีขนาดกว้างออกไป แต่ในขณะเดียวกันขอบเขตการค้าของร้านในด้านของการขายสินค้าประเภทอุปโภค-บริโภคในชีวิตประจำวันได้ลดน้อยลงไป เพราะผู้คนหันไปซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคจากที่ห้างสรรพสินค้าแทน

บทบาททางด้านสังคมของร้านค้าโชห่วยในปัจจุบันนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในส่วนของความเกื้อกูลกันระหว่างเจ้าของร้านค้าโชห่วยและลูกค้า ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไปโดยจะซื้อสินค้าในคราวละหลายๆ จากที่ห้างสรรพสินค้าและซื้อสินค้าเล็กๆ น้อย เช่น เครื่องดื่ม (น้ำอัดลม/เบียร์/สุรา) บุหรี บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และขนมขบเคี้ยวจากที่ร้านค้าโชห่วยแทน ดังนั้นจึงทำให้ซื้อสินค้าระบบสินค้าค่อยๆ หายไปชุมชน และในด้านของการเป็นศูนย์รวมของคนในชุมชนในปัจจุบันพบว่าร้านค้าโชห่วยก็ยังคงเป็นสถานที่ในการพบปะของผู้คนที่เข้ามาใช้บริการเช่นเดิมแต่กลุ่มอายุของกลุ่มลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไปเพราะในปัจจุบันร้านค้าโชห่วยกลายเป็นสถานที่นัดพบของกลุ่มวัยรุ่นในการรวมกลุ่มดื่มสุรากันด้านหน้าร้านค้าโชห่วยแทน

จากการรุกเข้ามาของห้างสรรพสินค้าสู่เขตเมืองสกลนครนั้นไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ร้านค้าโชห่วยได้รับผลกระทบในเชิงลบ แต่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยในเขตพื้นที่นั้นจะมาจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น ประชาชนลดการซื้อสินค้าลงไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทขนม น้ำอัดลมและสินค้าฟุ่มเฟือย และปัจจัยที่รองลงมาคือ การเพิ่มขึ้นของร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าโชห่วยดั้งเดิมประเภทเดียวกันที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าโชห่วยที่แท้จริง ห้างสรรพสินค้าเป็นเพียงสิ่งกระตุ้นให้ร้านค้าโชห่วยเกิดการปรับตัว และเลือกใช้ห้างสรรพสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมในการปรับตัว เพราะเมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดให้บริการในเขตเมืองสกลนครนั้น เจ้าของร้านค้าโชห่วยก็ได้รับประโยชน์จากห้างสรรพสินค้าในด้านของสินค้าที่นำมาวางขายแทนการรับสินค้าจากร้านขายสินค้าส่ง ทั้งนี้เพราะเป็นการลดต้นทุนในด้านเวลา การเดินทาง และราคาสินค้าต่อเจ้าของร้านค้าโชห่วย

6.1.4 การปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร

ลักษณะการปรับตัวของร้านค้าโชห่วยในเขตเมืองสกลนครนั้นจะเป็นการปรับตัวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกในปัจจุบัน 5 ด้าน คือ

1. **ด้านองค์ประกอบของร้าน** เพื่อให้ลักษณะทางกายภาพของร้านดูดี และสวยงาม เพื่อดึงดูดสายตาของลูกค้า
2. **ด้านความหลากหลายของสินค้า** เพื่อให้สินค้าที่วางขายภายในร้านมีความหลากหลาย และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งความต้องการของลูกค้าในแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันไปตามค่านิยมและรูปแบบของการดำเนินชีวิต
3. **ด้านการบริการ** เป็นบริการเสริมที่นอกเหนือจากสินค้า เช่น สถานที่จอดรถ เครื่องซักผ้าไว้บริการกับลูกค้า หรือจะเป็นการให้บริการด้วยใจของเจ้าของร้านค้าช่วยเหลือตัวเอง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ
4. **ด้านการส่งเสริมการขาย** เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ และเรียกร้องความสนใจต่อลูกค้า โดยการส่งเสริมการค้ำนี้จะเป็นการแสดงออกถึงความเอื้อเฟื้อจากเจ้าของร้านค้าช่วยเหลือเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า
5. **ด้านการบริหารร้าน** เป็นการวางแผนงานของร้านค้าช่วยเหลือว่าควรปฏิบัติเช่นไร ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า หรือการควบคุมค่าใช้จ่าย เพราะหากร้านค้าช่วยเหลือขาดการบริหารงานร้านที่ดีก็จะทำให้ร้านค้าช่วยเหลือไม่สามารถอยู่รอดได้

จากการปรับตัวของร้านค้าช่วยเหลือนี้ก็ได้ส่งผลให้ร้านค้าช่วยเหลือที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครยังคงเปิดให้บริการกับลูกค้าอยู่ได้และไม่เกิดเหตุการณ์ที่ร้านค้าช่วยเหลือจะต้องปิดให้บริการไปเหมือนกับอีกหลายพื้นที่ ที่ได้รับผลกระทบจากห้างสรรพสินค้า เพราะจากการศึกษาพบว่าห้างสรรพสินค้าไม่ได้ส่งผลกระทบต่อร้านค้าช่วยเหลือเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่หากยังมีสาเหตุอีกหลายสาเหตุที่ส่งผลให้เจ้าของร้านค้าช่วยเหลือรายหลายในพื้นที่อื่นต้องปิดตัวลงไป ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ และอีกสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าช่วยเหลือโดยตรงคือการขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เพราะสินค้าที่วางขายภายในร้านสะดวกซื้อนั้นจะเหมือนกับสินค้าที่วางขายภายในร้านค้าช่วยเหลือ ประกอบกับรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยมีบริการชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆและเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งทำให้ลูกค้าหันไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหากอยากให้ร้านค้าช่วยเหลือยังคงอยู่รอดต่อไปทางเจ้าของร้านค้าช่วยเหลือจะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร้านค้าและวิธีดำเนินการบริหารร้านเพื่อรักษาร้านค้าช่วยเหลือให้อยู่คู่กับชุมชนต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับร้านค้าโชห่วยจะสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เพราะหากพิจารณาถึงปัญหาแล้วจะพบว่าปัญหาของร้านค้าโชห่วยที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นเป็นปัญหาที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอีกหลายๆด้านไม่ใช่เพียงจากห้างสรรพสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงปัญหาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และรวมไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย ดังนั้นการแก้ไขปัญหาจึงควรเป็นการแก้ไขปัญหาแบบอาศัยความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยเอง ประชาชนที่เป็นลูกค้าของร้าน และภาครัฐบาล โดย 3 ภาคส่วนนี้คือองค์ประกอบหลักสำคัญที่จะทำให้ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่รอดได้ในชุมชน โดยข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหานี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

6.2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปเพื่อร้านค้าโชห่วย (เจ้าของร้านค้าโชห่วย)

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้านค้าโชห่วยเพื่อที่จะให้ร้านค้าโชห่วยยังคงอยู่รอดได้ในสภาวะปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

1. ด้านองค์ประกอบของร้าน ควรมีการปรับปรุงร้านให้ดูดีอยู่เสมอ เพราะร้านค้าโชห่วยที่จะสามารถดึงดูดให้มีผู้เข้าไปใช้บริการได้นั้นจะต้องสะอาด สว่าง โปร่ง มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ และต้องดูทันสมัย ซึ่งทั้งหมดนี้ก็มาจากความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของร้านมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้สิ่งต่างๆเหล่านี้กลายเป็นสิ่งดึงดูดตาดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าโชห่วยมากขึ้น

2. ด้านสินค้า สินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยนั้นควรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าของร้านค้าโชห่วยในแต่ละร้านด้วย อีกทั้งสินค้าที่วางขายที่ร้านค้าโชห่วยก็ควรมีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากที่แห่งเดียวตามพื้นฐานแนวความคิด one stop shopping ที่ห้างสรรพสินค้าใช้ดำเนินการอยู่ ซึ่งแนวความคิดเช่นนี้จะทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเดินทางไปซื้อสินค้าไกลๆ หรือเดินทางไปซื้อสินค้าจากหลายๆแห่ง และทางเจ้าของร้านจะได้ไม่เสียประโยชน์จากการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าในแต่ละครั้ง

3. การบริการ เนื่องจากร้านค้าโชห่วยเป็นร้านค้าปลีกที่อยู่ใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นทางเจ้าของร้านค้าโชห่วยควรจะใช้ความสนิทสนมคุ้นเคยในจุดนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการเอาใจใส่ต่อความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการในส่วนของการสร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง หรือการจัดหาการบริการพิเศษอื่นๆมาไว้เพื่อบริการลูกค้า เช่น เครื่องอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องชั่งน้ำหนัก หรือเครื่องซักผ้า เป็นต้น

4. เวลาเปิด-ปิดของร้าน ร้านค้าโชห่วยมักจะเปิดให้บริการในช่วงเช้าและปิดบริการในช่วงหัวค่ำ ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านเสียรายได้จากกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มในช่วงหลังปิดให้บริการไปกับร้านสะดวกซื้อที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมงแทน ดังนั้นทางร้านค้าโชห่วยจึงควรยืดระยะเวลาในการเปิดให้บริการให้ยาวนานขึ้น 1-2 ชั่วโมง หรือหากทางเจ้าของร้านไม่สะดวกที่จะเปิดร้านให้ยาวนานเช่นนั้นตลอดเวลาทางร้านก็ควรที่จะเปิดร้านให้ยาวนานขึ้นในช่วงฤดูร้อนเพราะเป็นช่วงที่นักเรียน-นักศึกษาปิดภาคเรียน และสภาพภูมิอากาศก็เอื้ออำนวยต่อการออกมาทำกิจกรรมข้างนอกบ้าน รวมถึงวันสำคัญตามเทศกาล เพราะจะมีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งก็จะทำให้ขายสินค้าได้เช่นกัน

5. การส่งเสริมการขาย ทางร้านค้าโชห่วยควรมีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า การให้ของแถม/ของที่ระลึก ในเทศกาลสำคัญเช่นวันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ โดยของที่ระลึกนั้นอาจจะเป็น ขนม พวงกุญแจ หรือสิ่งอื่นๆ เพื่อเป็นการผูกมิตรกับลูกค้า ซึ่งสิ่งนี้จะเป็แรงจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านโชห่วยบ่อยยิ่งขึ้น

6. การบริการพิเศษ ทั้งนี้การให้บริการจากร้านค้าโชห่วยในส่วนของการบริการพิเศษไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถ โต๊ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม ก็ล้วนแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงน้ำใจจากทางเจ้าของร้าน เช่นที่จอดรถเพื่อความสะดวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โต๊ะ-เก้าอี้ไว้ให้ลูกค้าได้นั่งพักผ่อน หรือนั่งรับประทานขนม ดื่มเครื่องดื่มที่ซื้อจกทางร้าน และในส่วนองดื่มก็เพื่อบริการลูกค้า หรือผู้คนที่สัญจรไปมาด้านหน้าร้านดื่มแก้กระหาย ซึ่งการบริการพิเศษนี้จะเป็นการแสดงออกซึ่งความเอื้อเฟื้อจากทางเจ้าของร้าน

7. กระจายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ร้านค้าโชห่วยควรร่วมมือกับชุมชนในการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มาวางขาย แทนการนำไปวางขายตามท้องตลาดหรือตามห้างสรรพสินค้าโดย

คนในชุมชน และผู้คนที่สัญจรไปมาสามารถเลือกหาสินค้าได้ ซึ่งจะทำให้ร้านค้าโชห่วยไม่ได้หน้าที่เป็นเพียงเป็นแหล่งขายสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภคเท่านั้น แต่หากยังเป็นศูนย์กลางรวมของผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน

8. การอยู่อย่างพอเพียง ทำได้โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต คือเจ้าของร้านค้าโชห่วยควรดำเนินชีวิตในสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ และมีความพึงพอใจกับสิ่งที่เป็นอยู่โดยการค้าขายอย่างสุจริต ไม่คดโกง ลูกค้า มีการเรียนรู้ถึงความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ก็เพื่อจะเป็นการพัฒนาร้านค้าโชห่วย ซึ่งสิ่งต่างๆที่มีอยู่นี้ก็คือการนำเอาสิ่งที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

6.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อประชาชนทั่วไป (ลูกค้าย่านค้าโชห่วย)

1. สร้างความตระหนักให้เห็นคุณค่าและความสำคัญของร้านค้าโชห่วยในฐานะทุนทางสังคมที่แสดงออก ถึงวิถีชีวิตที่มีมาแต่ครั้งอดีตที่มีความสำคัญเช่นไร ทั้งนี้ก็เพื่อการรักษาร้านค้าโชห่วยให้ อยู่คู่กับสังคมในปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน

2. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรซื้อ โดยการให้หลักความพอเพียงในการลดพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า หรือตามร้านสะดวกซื้อลง และกลับมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านบ้าง เพราะจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งถึงแม้ว่าสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าโชห่วยจะเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก แต่ก็จะทำให้เจ้าของร้านค้าโชห่วยมีเงินทุนในการหมุนเวียนภายในร้าน และเป็นการสร้างกำลังใจให้กับเจ้าของร้านค้าโชห่วยเพื่อยืนหยัดต่อสู้กับวิกฤตเศรษฐกิจ และผลกระทบทางการค้าที่ได้รับจากคู่แข่งเช่นห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อได้ต่อไป

6.2.3 ข้อเสนอแนะเพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลในการแก้ไข วางแผน และให้ความช่วยเหลือ

1. ทางรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งที่เป็นตัวแทนในการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและส่งไปยังร้านค้าโชห่วยที่เป็นสมาชิกให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ยังไม่ถึงเจ้าของร้านค้าโชห่วยรายย่อยตามต่างจังหวัด

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมสนับสนุนในการเป็นผู้ประสานงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า OTOP และเจ้าของร้านค้าโชห่วยเพื่อให้ร้านค้าโชห่วยเป็นแหล่งขายสินค้านอกเหนือจากแหล่งขายสินค้า OTOP ประจำจังหวัด เพราะหากภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุนในส่วนนี้ก็จะทำให้มีร้านขายสินค้า OTOP กระจายไปยังแหล่งชุมชนเพิ่มมากขึ้น

3. ออกกฎหมายคุ้มครองร้านค้าโชห่วย เพื่อคุ้มครองร้านค้าโชห่วยให้สามารถดำเนินงานในธุรกิจด้านการค้าขายรายย่อยต่อไป ทั้งนี้ก็เพื่อป้องกันการผูกขาดสินค้าและราคาจากผู้ประกอบการรายใหญ่เช่นห้างสรรพสินค้า

4. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม และให้ความสำคัญกับร้านค้าโชห่วยที่ถือเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นกว่าในปัจจุบันที่เป็นอยู่ โดยให้การส่งเสริมศักยภาพกับผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วยในการอบรมให้ความรู้ด้านแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงร้านค้าโชห่วยจากสิ่งที่มีอยู่ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เพื่อสอดคล้องกับแนวความคิดเศรษฐกิจแบบพอเพียง

5. เจ้าหน้าที่เทศบาลควรมีการประชุมเชิงวิชาการกับเจ้าของร้านค้าโชห่วยในเขตเทศบาลเมืองสกลนครในเรื่องของกฎหมายการกำหนดเวลาการซื้อขายสินค้าประเภทอบายมุข เช่น สุรา เบียร์ และบุหรี่ตามเวลาที่กฎหมายได้กำหนดไว้

6. จำกัดการขยายสาขาของห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากในปัจจุบันห้างสรรพสินค้าได้ขยายสาขาออกไปมากมาย ซึ่งก็มาจากการเปิดให้มีการค้าเสรี และห้างสรรพสินค้าก็มีเงินทุนในการขยายสาขาตามที่ต่างๆสูง ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบัน

ห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการในทุกๆจังหวัดของประเทศ และเมื่อทางรัฐบาลได้ขอความร่วมมือกับเจ้าของห้างสรรพสินค้าในการชะลอการขยายสาขา ทางห้างสรรพสินค้าก็มีการปรับตัวโดยการลดขนาดพื้นที่ของห้างฯลง เช่น ห้างเทสโก-โลตัส จะปรับขนาดของห้างให้กลายเป็นร้านโลตัส Express มีรูปแบบคล้ายกับร้านสะดวกซื้อ (เซเว่น-อีเลฟเว่น) ที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ดังนั้นทางรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรออกกฎข้อบังคับสำหรับการขยายสาขาของห้างที่มีการปรับรูปแบบให้คล้ายกับร้านสะดวกซื้อลง ทั้งนี้ก็เพราะขนาดของห้างฯที่มีขนาดเล็กนี้สามารถขยายสาขาเข้าสู่ชุมชน/หมู่บ้านได้ง่าย เพราะยังไม่มีกฎหมายหรือข้อห้ามในการขยายสาขาของร้านแบบสะดวกซื้อ

7. การวางผังเมือง ทางรัฐบาลและหน่วยงานที่รับผิดชอบในการวางผังเมืองควรบังคับใช้ข้อบังคับ/กฎหมายผังเมืองอย่างจริงจังในเรื่องการกำหนดเขตพื้นที่ในการก่อตั้งห้างสรรพสินค้าว่าควรจัดให้อยู่ในบริเวณพื้นที่ใดในเขตผังเมือง ซึ่งก็ควรให้มีการก่อตั้งในแหล่งที่ไกลจากชุมชน ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีข้อบังคับที่ว่าห้างสรรพสินค้าจะต้องตั้งอยู่ห่างจากเขตเมืองแต่ในความเป็นจริงแล้วห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่งล้วนตั้งอยู่ในเขตใจกลางของเมืองทั้งสิ้น โดยเฉพาะในต่างจังหวัดห้างสรรพสินค้าต่างก็มีสถานที่ตั้งที่ถือได้ว่าเป็นย่านการค้าของจังหวัด

6.2.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยและสำรวจข้อมูลในเชิงปริมาณในเรื่องของสินค้าขายดีภายในร้านค้าโชห่วยว่าเป็นสินค้าประเภทใดและเพราะเหตุใดสินค้านั้นจึงเป็นสินค้าที่ขายดี
2. นอกจากการศึกษาถึงผลกระทบที่ส่งต่อร้านค้าโชห่วยแล้ว น่าจะมีการศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อร้านขายสินค้าอย่างอื่นไปด้วย เช่น ตลาดสด หรือร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างบ้าง
3. เนื่องจากการศึกษาที่เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าและร้านค้าโชห่วยที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาเฉพาะจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้จึงควรเลือกทำการศึกษาในพื้นที่ๆยังมีความเป็นเมืองขนาดเล็กบ้าง ซึ่งอาจจะได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป

รายการอ้างอิง

- กัตัญญู หิรัญญาสมบุญ. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิชชิงเคชั่น, 2545.
- กมล ทองศิริสวัสดิ์. แนวทางการแก้ปัญหาธุรกิจค้าปลีกรายย่อย(โชวห่วย)ในประเทศไทย (ศึกษา:เฉพาะกรณี บริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด). เอกสารประกอบการ วิจัยปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2545.
- กษมา วรรณศิลป์. บทบาทของศูนย์การค้าชุมชนเมือง:กรณีศึกษา พัฒนาการในด้านพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540.
- กิจฐเขต ไกรวาส. อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2538.
- กฤษ เพิ่มทันจิตต์. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง. กรุงเทพมหานคร: ศรีเอทีฟพับลิชชิง, 2536.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยระดับเมืองจังหวัดสกลนคร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- คุณาธิป ฉายแสง. การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านค้าดั้งเดิม. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2544.
- เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. ธุรกิจกับเศรษฐกิจพอเพียง. การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ปี 2549 (27-29 ตุลาคม 2549).

- เจ้าของร้านค้าโชห่วย ร้าน ก.. สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2551.
- เจ้าของร้านค้าโชห่วย ร้าน ข.. สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2550.
- เจ้าของร้านค้าโชห่วย ร้าน ค.. สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550.
- เจ้าของร้านค้าโชห่วย ร้าน ง.. สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550.
- เจ้าของร้านค้าโชห่วย ร้าน จ.. สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2550.
- เจ้าหน้าที่ศูนย์เงินศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2552.
- เจ้าหน้าที่กองงานสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลเมืองสกลนคร. สัมภาษณ์, 29 กรกฎาคม 2550
- ฉัตรชัย พงศ์ประยูร. ภูมิศาสตร์เมือง. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2529.
- เชาว์ กาญจนะไพบุลย์. การบริหารร้านค้าปลีก. ปทุมธานี: ศูนย์หนังสือ ดร. ศรีสง่า, 2527.
- ดารณี ถวิลพิพัฒนกุล. กระบวนการเกิดเป็นเมืองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศกำลังพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนีย์ เลิศแสวงกิจ. การดำเนินงานร้านค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วังอักษร, 2538.
- ทศ คณาพร. 7-ELEVEN คัมภีร์ธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์บูลพรีน, 2550.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่องการค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2545. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- นำพวัลย์ กิจรักษ์กุล. ภูมิศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน. กรุงเทพมหานคร, 2528.
- ปิยะมาศ เลิศนภาสกุล. อิทธิพลของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการศึกษาบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2544.

ปรีชา คุณินทร์พันธ์. สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา. การค้าส่งค้าปลีกไทย (รายงานทิศทางการเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าภายในประเทศ). กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

พนักงานห้างสรรพสินค้า. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2552.

มร.รี-tell. Dis3bution channel. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เลิฟแอนด์ลิฟ, 2545.

โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, สำนักงาน. การประชุมคณะกรรมการผังเมือง ผังเมืองรวมเมืองสกลนคร (ปรับปรุงครั้งที่ 2). สกลนคร: สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสกลนคร, 2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

รุ่งทิศา ประโยชน์สมบูรณ์. อิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้ที่ดินในเมือง:กรณีศึกษานครหาดใหญ่. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2546.

เลสลี เจ คิง. ทฤษฎีย่านกลาง. แปลโดย บงกชรัตน์ เตชะไตรศักดิ์. กรุงเทพมหานคร, 2532.

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ก.. สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2551.

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ก.. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2551

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ก.. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2551

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ข.. สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ข.. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ข.. สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ค.. สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ค.. สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ค.. สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ง.. สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ง.. สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน ง.. สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน จ.. สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน จ.. สัมภาษณ์, 24 ธันวาคม 2550

ลูกค้าร้านค้าโชห่วย ร้าน จ.. สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2550

วีระ อนันต์ธนาโรจน์. ผลของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมการค้าปลีกต่อพฤติกรรมกา
เดินทางจับจ่ายในเมืองพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาภูมิศาสตร์
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2531.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร,
2547.

ศิลป์ชัย สุฉันทบุตร. เขตอิทธิพลการค้าและการบริการของเมืองเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2532.

สมชาย เดชะพรหมพันธ์. ภูมิศาสตร์เมือง. กรุงเทพมหานคร, 2529.

สุนา อยู่โพธิ์. การค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ชวนพิมพ์, 2538.

สุรัชย์ จิวสกุล และเสาวพร เมืองแก้ว. รายงานฉบับสมบูรณ์: การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบ
เครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยแบบพึ่งพาตนเอง. กรุงเทพมหานคร: กองทุน
สนับสนุนการวิจัยและสำนักงานการอุดมศึกษา, 2548.(เอกสารไม่ตีพิมพ์)

สุวัฒนา ธาดานิติ. เอกสารประกอบการสอนภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ตำราและเอกสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.(เอกสารไม่ตีพิมพ์)

เสน่ห์ ญาณสาร. เอกสารประกอบการสอนภาควิชาภูมิศาสตร์. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.(เอกสารไม่ตีพิมพ์)

อดุลย์ รัตนมันไพฑูรย์. ศึกษากลยุทธ์ร้านค้าปลีกระบบ Chain store ของ 7-Eleven. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิวไวด์, 2532.

อธิวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์. 6อภิมหาอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ฟิงตง, 2545.

อรุณี ผลน้อย. เล่มที่เหลี่ยมค้าปลีก-ค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บ้านสัน, 2546.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก : แบบสอบถามลูกค้าร้านค้าโชห่วย

เลขที่ []

แบบสอบถามลูกค้าร้านค้าโชห่วย

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. ที่อยู่
บ้านเลขที่.....ถนน.....ซอย.....
ตำบล.....อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
3. อายุ
() ต่ำกว่า20ปี () 21-30ปี () 31-40ปี
() 41-50ปี () 50ปีขึ้นไป
4. สถานภาพ
() โสด () สมรส () หย่าร้าง
5. อาชีพ
() ไม่ประกอบอาชีพ () นักเรียน-นักศึกษา () เกษตรกร
() รับจ้างทั่วไป () พนักงานบริษัท () ธุรกิจส่วนตัว
() รับราชการ
6. ระดับการศึกษาสูงสุด
() ต่ำกว่าประถมศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี
7. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน
() ต่ำกว่า3,000 () 3,001-5,000 () 5,001-7,000
() 7,001-9,001 () มากกว่า9,001
8. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวท่านต่อเดือน
() ต่ำกว่า10,000 () 10,001-15,000 () 15,001-20,000
() 20,001-25,000 () มากกว่า25,000
9. ที่มาของรายได้ของท่าน
() จากบิดา-มารดาหรือผู้ปกครอง () จากคู่สมรส
() จากบุตร () จากการประกอบอาชีพ

10. ท่านใช้เวลาในการเดินทางมาร้านโชห่วยเป็นเวลาเท่าไร (นาที)

.....

.....

11. โดยปกติท่านเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วยด้วยวิธีใด

- () เดินเท้า () รถโดยสารประจำทาง () รถจักรยาน
- () รถจักรยานยนต์ () รถยนต์ส่วนตัว

12. โดยปกติใน 1 สัปดาห์ท่านเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยกี่ครั้ง
(นับจำนวนครั้งต่อ 1 สัปดาห์).....

13. ช่วงเวลาที่ท่านมักจะเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วย

- () 06.00-9.00น () 09.01-12.00น () 12.01-15.00น
- () 15.01-18.00น () หลัง 18.01 นาฬิกาเป็นต้นไป

14. สินค้าที่ท่านซื้อเป็นประจำที่ร้านค้าโชห่วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () อาหารแห้ง (เช่น ข้าวสาร กะปิ น้ำปลา)
- () เครื่องอุปโภค (เช่น สบู่ ยาสีฟัน)
- () เครื่องดื่ม (เช่น สุรา น้ำอัดลม)
- () ขนมขบเคี้ยวเล็กๆ น้อยๆ
- () อื่นๆ(ระบุ).....

15. ราคาของสินค้าที่ท่านซื้อทั้งหมดในแต่ละครั้ง เฉลี่ยแล้วเป็นจำนวนเงินครั้งละเท่าไร

- () ต่ำกว่า 100บาท () 101-150บาท () 151-200บาท
- () 201-250บาท () 250บาทขึ้นไป

16. ร้านโชห่วยที่ท่านใช้บริการรับชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือไม่

- () รับ () ไม่รับ

17. ท่านชำระราคาสินค้าแบบใดในแต่ละครั้ง

- () เงินสด () บัตรเครดิต () สินเชื่อ

(หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามว่าได้ทำการชำระราคาของสินค้าด้วยเงินสด หรือด้วยการใช้บัตรเครดิตให้ข้ามไปตอบแบบสอบถามข้อ 19)

18. เงื่อนไขในการชำระราคาของสินค้าแบบสินเชื่อ

- () ชำระทุกสิ้นเดือนเท่ากับราคาของสินค้าโดยไม่มีดอกเบี้ย
- () ชำระทุกสิ้นเดือนเท่ากับราคาของสินค้าพร้อมอัตราดอกเบี้ย
- () อื่นๆ.....

19. โดยส่วนใหญ่แล้วท่านมักจะซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วยในช่วงใดของเดือน

- () ต้นเดือน (วันที่1-10ของเดือน)
 () กลางเดือน (วันที่11-20ของเดือน)
 () ปลายเดือน (วันที่21-30ของเดือน)
 () ทุกสัปดาห์
 () ทุกวัน

20. ปัจจัยที่ทำให้ท่านเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าโชห่วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () อยู่ใกล้บ้าน (สะดวกต่อการเดินทาง)
 () ความคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับผู้ขาย
 () ซื้อสินค้าแบบสินเชื่
 () ราคาของสินค้า
 () อื่นๆ(ระบุ).....

21. นอกจากซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วยแล้วท่านเดินทางไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าด้วยหรือไม่

- () ไม่ไปซื้อ () ไปซื้อบางครั้ง () ไปซื้อบ่อย

22. สินค้าประเภทใดที่ท่านจะเดินทางไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () อาหารแห้ง (เช่น ข้าวสาร กะปิ น้ำปลา)
 () อาหารสด (เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้)
 () เครื่องอุปโภค (เช่น สบู่ ยาสีฟัน)
 () อื่นๆ(ระบุ).....

23. วัตถุประสงค์ที่ท่านเดินทางไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า

- () อยู่ใกล้บ้าน (สะดวกต่อการเดินทาง) () ไปเดินเล่น (ไปพักผ่อน)
 () ราคาของสินค้า () คุณภาพของสินค้า
 () ปริมาณของสินค้า
 () ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการให้บริการ

24. ท่านจะเป็นลูกค้าของร้านโชห่วยตลอดไปหรือไม่

- () เป็น () ไม่แน่ใจ () ไม่เป็น

เพราะเหตุ.....

25. ท่านมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงร้านค้าโชห่วยอย่างไร

.....
.....
.....

26. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับอัตรยาศัยไมตรีของเจ้าของร้านค้าโชห่วยที่ท่านใช้บริการ

.....
.....
.....

27. ท่านต่อต้านห้างสรรพสินค้าในเมืองสกลนครหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....
.....
.....

ภาคผนวก ข : แบบสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโชห่วย

แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าของร้านค้าโชห่วย

ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อร้านค้า
2. ขนาดของร้าน(ขนาดของพื้นที่ร้านทั้งหมด) มีพื้นที่กี่คูหา หรือกี่ตารางเมตร
3. ที่อยู่ของร้าน
4. ระยะเวลาเปิด-ปิดร้าน กี่โมงถึงกี่โมง.....มีวันหยุดหรือไม่
5. ชื่อของผู้ประกอบการ (ชื่อผู้ที่จดทะเบียนการค้าที่เสียภาษี)
6. วุฒิการศึกษา
7. สถานภาพของผู้ประกอบการ
8. ความเป็นมาของร้าน

แนวคำถาม

9. ร้านโชห่วยในอดีต และปัจจุบันเป็นเช่นไร (อาทิการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเปลี่ยนแปลงด้านลูกค้า และสินค้า)
10. แต่เดิมร้านขายสินค้าให้กับใครหรือผู้คนกลุ่มไหนบ้าง แล้วปัจจุบันลูกค้ากลุ่มนี้ยังมาใช้บริการอยู่หรือไม่ มีลูกค้าใหม่หรือไม่
11. เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุด และน้อยที่สุด อยู่ในช่วงเวลาใด เพราะอะไร
12. สินค้าที่รับมาขาย รับสินค้ามาจากที่ใดบ้าง เช่นน้ำอัดลมเอามาจากที่ไหน ขนมเอามาจากที่ไหน
13. พอมีห้างสรรพสินค้ามาตั้งแล้วนั้นทางร้านได้รับผลกระทบอะไรบ้างหรือไม่ ถ้ามีคืออะไร และถ้าไม่มีทำไมถึงไม่มี
14. คิดว่าที่ร้านมีข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค และโอกาส เช่นไรบ้าง (SWOT)
15. มีการสร้างความสัมพันธ์กันระหว่าง(ผู้ประกอบการ)ร้านโชห่วยต่อลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างโชห่วยต่อโชห่วย และโชห่วยต่อชุมชน หรือไม่ถ้ามีเป็นอย่างไรความสัมพันธ์อยู่ในลักษณะใด ถ้าไม่มีไม่มีเพราะอะไร
16. การสร้างความสัมพันธ์มีกระบวนการอย่างไร
17. ในอนาคตคิดว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรจะเกิดขึ้นอีกหรือไม่ ถ้าเกิด เกิดอะไร ถ้าไม่เกิดเพราะอะไร
18. ถ้าร้านโชห่วยได้รับผลกระทบ แล้วทางร้านทำอย่างไร มีการแก้ปัญหาอย่างไร
19. คิดว่าอนาคตร้านจะเป็นเช่นไร เป็นไปในทิศทางไหน

ภาคผนวก ค : แบบสัมภาษณ์ลูกค้าร้านค้าโชห่วย

แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าร้านค้าโชห่วย

ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ / อายุ
2. ที่อยู่
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด
4. อาชีพ
5. รายได้ส่วนตัว ต่อเดือน:ปี
6. ที่มาของรายได้
7. สถานภาพ

แนวคำถาม

8. บ้านและร้านค้าที่มาใช้บริการอยู่ห่างกันเป็นระยะทางเท่าใด
9. ใช้เวลาเดินทางไป-กลับ เท่าไร และจะใช้เวลาทั้งหมดในการซื้อของด้วยเป็นระยะเวลาเท่าไร (เวลารวมทั้งหมด)
10. ในการเดินทางมาซื้อของที่ร้านเดินทางมาโดยวิธีใด
11. การเดินทางมาที่ร้านฯ สะดวกหรือไม่ ทำเลที่ตั้งของร้านฯ สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ หรือไม่อย่างไร
12. เป็นลูกค้าของร้านฯ เป็นระยะเวลากี่ปีแล้ว
13. ทำไมจึงเลือกมาใช้บริการที่ร้านฯ นี้
14. การเปลี่ยนแปลงของร้านฯ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน (ทางด้านกายภาพ สินค้า อรรถยาศัย) ดีขึ้น หรือลดลงอย่างไร
15. ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ต่อวัน:สัปดาห์
16. ในการเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านฯ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นช่วงเวลากี่โมง
17. บริเวณละแวกบ้านของท่านมีร้านฯอยู่ประมาณกี่ร้านฯ และในละแวกเดียวกันกับร้านฯที่ท่านใช้บริการมีร้านฯ กี่ร้านฯ แล้วทำไมจึงเลือกใช้บริการที่ร้านฯ นี้
18. โดยปกติแล้วสินค้าที่ท่านมาซื้อเป็นประจำคืออะไร สินค้าอะไรบ้างที่นานๆ จะซื้อและสินค้าประเภทใดที่จะไม่ซื้อที่ร้านฯ เลย
19. ท่านคิดว่าร้านฯ นี้มีสินค้าและบริการ ได้ดีพอแล้ว หรือไม่ ถ้าดีพอแล้ว เพราะอะไรจึงคิดว่าเพียงพอแล้ว หรือหากยังไม่เพียงพอ ท่านคิดว่าต้องการให้ร้านมีอะไรเพิ่มเติมอีก

20. นอกจากซื้อสินค้าที่ร้านฯ นี้แล้ว ท่านได้ไปซื้อสินค้าที่ร้านฯ อื่น อีกหรือไม่ (ร้านนั้นอยู่ที่ไหน) และหากไปที่ร้านฯ นั้น ท่านจะซื้อสินค้าอะไร เพราะอะไรจึงต้องไปซื้อสินค้า.. (ซื้อสินค้า)... ที่นั่น

21. ในการเดินทางไปใช้บริการร้านฯ อีกหนึ่งร้านนั้น ท่านเดินทางไปโดยวิธีใด ใช้เวลาเท่าไร เดินทางสะดวกหรือไม่

22. ร้านทั้ง 2 ร้านฯ นี้ (ร้านที่ไปใช้บริการ และอีกร้านฯ) มีสินค้า การบริการ และอรรถยาศัยของผู้ขาย แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

23. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ และเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

24. ท่านคิดว่าร้านฯ มีข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค อย่างไรบ้าง

25. ท่านอยากให้ร้านฯ เป็นเช่นไรในอนาคต (ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ)

26. ในปัจจุบันมีห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นแล้วในเขตเมืองสกลนคร และห้างทั้งหลายต่างก็มีทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ในเขตเมืองสกลนครด้วยกันทั้งสิ้น แต่ร้านฯ ก็ยังดำรงตนอยู่ได้ โดยไม่ปิดกิจการไป ดังนั้นท่านคิดว่าเพราะอะไร จึงทำให้ร้านฯ ที่ท่านไปใช้บริการจึงยังคงอยู่ได้ในปัจจุบัน

ภาคผนวก ง: กรณีศึกษา

กรณีศึกษาที่ 1-5 (เจ้าของร้านค้าโชห่วย)

กรณีศึกษาที่ 1 เจ้าของร้าน ก. (ร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก)

เพศ : หญิง อายุ : 30 ปี

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพ: โสด

สภาพทั่วไปของร้าน

เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 1 คูหา และบ้านไม้ 2 ชั้น 1 หลัง โดยทางร้านได้ใช้พื้นที่ในส่วนที่เป็นอาคารพาณิชย์ให้เป็นร้านขายของชำ และได้ใช้บ้านไม้ 2 ชั้นเป็นที่จำหน่ายโรงศพ ซึ่งพื้นที่ในส่วนของอาคารพาณิชย์จะมีพื้นที่ 14 ตารางวา และพื้นที่ของร้านขายโรงศพมีพื้นที่ 24 ตารางวา โดยรวมแล้วพื้นที่ทั้ง 2 ร้านจะมีขนาดพื้นที่รวมกัน 36 ตารางวา เปิดบริการตั้งแต่เวลา 06.00-20.00 นาฬิกาของทุกวันไม่มีวันหยุด

ความเป็นมาของร้าน

เดิมเจ้าของร้านประกอบอาชีพอาชีพรับจ้างปั้นสามล้อ และภรรยาขายขนมและอาหารเข้าสำหรับนักเรียนไว้รับประทานเช่น ข้าวต้มมัด ขนมเทียน น้ำเต้าหู้ ขนมขบเคี้ยวและน้ำอัดลมเล็กๆน้อยๆ โดยสินค้าเหล่านี้เมื่อก่อนซื้อมาจากตลาดแล้วนำมาขายต่อ แต่พอเมื่อเก็บหอมรอมริบได้ก็ตัดสินใจที่จะเพิ่มสินค้าในร้านให้มากขึ้นและเลิกอาชีพปั้นสามล้อแล้วหันมาทำอาชีพค้าขายอย่างเต็มตัวเมื่อประมาณ 40 ปีที่แล้วและก็ทำการค้าขายเช่นนั้นเรื่อยมาจนมาเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาทางร้านได้เพิ่มกิจการรับทำแลขายโรงศพขึ้นมาดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันต้องมีการแยกร้านออกเป็น 2 ส่วนนั่นก็คือส่วนของร้านที่เป็นร้านขายของและร้านขายโรงศพจนมาถึงปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงของร้าน

ด้านกายภาพ ได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านของลักษณะของร้าน/สถานที่ตั้ง/ขนาดพื้นที่ของร้านครั้งใหญ่เมื่อ 8 ปีที่แล้วโดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านลักษณะของร้านนั้นคือการเปลี่ยนจากบ้านไม้ 2 ชั้นหลังเดียวมาเป็นไปเป็นอาคารพาณิชย์และบ้านไม้ 2 ชั้นอีก 1 หลัง และได้ย้ายสถานที่ตั้งของร้านใหม่โดยร้านที่ตั้งของร้านใหม่จะอยู่ห่างจากที่ตั้งของร้านเก่าประมาณ เมตร (จากเดิมร้านตั้งอยู่หัวมุมถนนเจริญเมือง ซอย 1 ซึ่งห่างจากพื้นที่เดิมประมาณ 4 คูหา) ดังนั้นจึงทำให้ร้านมีขนาดใหญ่ขึ้นจากเดิมมาก

ด้านลูกค้า ในอดีตนั้นลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านจะมีทั้งข้าราชการ นักเรียน และคนที่อาศัยในชุมชน (ชุมชนวัดศรีสุมังค์) แต่ในปัจจุบันนี้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านน้อยลงซึ่งก็เป็นเพราะว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญ/รสนิยม/ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ อีกทั้งร้านขายของประเภทเดียวกันก็เกิดขึ้นมากไม่ว่าจะเป็นตามตรอกซอกซอยต่างๆ จึงทำให้ลูกค้าบางส่วนกระจายกันไปใช้บริการตามร้านที่อยู่ใกล้ๆบ้านของตนเองมากกว่าและบางส่วนก็เข้าไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าและร้านเซเว่นๆมากกว่าเพราะถือว่าชุมชนบริเวณนี้จะอยู่ใกล้ห้างบิ๊กซี และร้านเซเว่นๆ

ด้านสินค้า ด้านสินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านของร้านที่ทางร้านรับสินค้ามาขายและเลิกการขายสินค้าบางอย่างลงไป โดยในด้านของแหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขายในร้านนั้นจากแต่ก่อนทางร้านจะรับสินค้าจากตลาดมาขายแต่ในปัจจุบันทางร้านได้นำสินค้ามาจากห้างแมคโคร และจากตัวแทนของบริษัทแทนดังนั้นจึงทำให้ที่ร้านมีสินค้าหลายประเภทเพิ่มมากขึ้นแต่หากทำให้สินค้าประเภทขนม/อาหารเข้าและของเล่นขึ้นละบาท2บาทที่ทางร้านเคยวางขายได้หายไปเพราะในปัจจุบันลูกค้าไม่ซื้อสินค้าเหล่านี้แล้ว ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการย้ายประตูโรงเรียนและประตูทางเข้าโรงพยาบาลไปให้ห่างจากที่ตั้งของร้านไปจึงทำให้ไม่มีลูกค้ามาซื้ออาหารเข้าเหล่านี้แล้วซึ่งแต่ก่อนที่ตั้งของร้านถือว่าเป็นทางผ่านของผู้คนไม่ว่าจะเป็นนักเรียนและเหล่าข้าราชการและพนักงานที่ทำงานในโรงพยาบาลแต่พอเมื่อประตูทางเข้าของทั้ง 2 แห่งได้ย้ายไปจึงทำให้ลูกค้าลดน้อยลงไปด้วย อีกทั้งในปัจจุบันความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้ค่านิยมในการบริโภคอาหารประเภทข้าวต้มมัด และน้ำเต้าหู้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งทั้งนี้ทางร้านก็ได้นำขนมลูกค้าต้องการมาวางขายในร้านแทน

กลุ่มลูกค้าของร้าน

กลุ่มลูกค้าของทางร้านจะเป็นนักเรียน/ข้าราชการและพนักงานของโรงพยาบาลและคนในชุมชน แต่ในปัจจุบันลูกค้าเหล่านี้ก็ลดน้อยลงไปซึ่งสาเหตุที่ลูกค้าลดน้อยลงไปในนั้นก็มาจากการย้ายประตูทางเข้าของโรงเรียนและโรงพยาบาล อีกทั้งเมืองก็มีความเจริญขึ้นทุกวันๆทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเข้าไปใช้บริการมากขึ้นซึ่งก็ทำให้ลูกค้าลดน้อยลง ในส่วนของลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านนั้นมักจะเป็นลูกค้าชาวจังหวัดที่เข้ามาซื้อโลงศพมากกว่า

ผลกระทบเมื่อมีห้างสรรพสินค้า

- เมื่อมีห้างสรรพสินค้ามาเปิดทางร้านก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยผลกระทบที่ได้รับนั้นจะเป็นในเรื่องของรายรับ-รายจ่ายของที่ร้าน เพราะในส่วนของรายรับนั้นจะมีรายได้จากการขายของชำลดลงจากเดิม ที่ว่าน้อยลงก็คือแต่เดิมยอดขายที่ร้านจะมียอดขายต่อวันประมาณวันละ 1,000 บาท แต่ในปัจจุบันยอดขายของทางร้านจะอยู่ที่ 500-600บาท ต่อวัน และในส่วนของรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นเพราะทางร้านยังคงต้องจ่ายค่าน้ำ-ค่าไฟ ค่าคนงานที่ทางร้านจ้างมาในการทำโลงศพอีก 2

คน โดยลูกค้าทั้ง 2 คนนี้ทางร้านจะจ้างเฉพาะเมื่อมีงานเท่านั้น ดังนั้นเมื่อยอดขายของทางร้านลดลงก็ย่อมส่งผลกระทบต่อทางร้านเช่นกัน

เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

เวลาที่ลูกค้าจะมาใช้บริการมากนั้นจะอยู่ในช่วงเช้าคือเวลา 07.00 นาฬิกา เพราะเป็นช่วงเวลาที่นักเรียนมาโรงเรียนและเป็นเวลาที่ผู้คนต่างเดินทางมาทำงานซึ่งในช่วงเวลานี้ถือว่าพอทางร้านเปิดให้บริการก็สามารถขายสินค้าได้เลย

ช่วงเวลาที่จะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยคือ ช่วงเวลาประมาณ 13.00 นาฬิกา เพราะเป็นเวลาที่ผู้คนต้องกลับไปทำงานและเรียนหนังสือกัน

แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขาย

สินค้าที่รับมาขายที่ร้านนั้นจากเดิมก่อนที่ห้างสรรพสินค้ามาเปิดที่จังหวัดนั้นทางร้านจะซื้อสินค้าจากตลาดมาวางขายบ้างและในส่วนของขนมและเครื่องใช้ต่างๆนั้นทางร้านจะซื้อมาจากร้านขายของส่งที่มีอยู่ในเมืองและส่วนของน้ำอัดลมนั้นทางร้านจะรับมาจากบริษัทที่เป็นตัวแทนของน้ำอัดลมยี่ห้อต่างๆ แต่ในปัจจุบันก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งที่มาของขนมและเครื่องใช้ซึ่งในตอนนั้นทางร้านจะไปซื้อจากห้างแมคโครแต่ในส่วนของน้ำอัดลมนั้นยังคงรับมาจากที่เดิม

ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า/โซห่วยในละแวกและต่อชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า ในส่วนของลูกค้าที่ทางร้านจะเอาใจลูกค้าโดยการสอบถามลูกค้าว่าลูกค้าต้องการให้ทางร้านมีสินค้าอะไรเพิ่มเติมอีกหรือไม่และหากต้องการสินค้าเหล่านั้นคืออะไรและเมื่อทางร้านทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้วทางร้านก็จะนำสินค้าเหล่านั้นมาวางขาย อีกทั้งทางร้านยังมีความเป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและทางร้านจะไม่ยึดติดกับลูกค้าของร้านเพราะหากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของที่ร้านเราเข้าไปใช้บริการที่ร้านอื่นก็จะเป็นการพูดจาดูว่าลูกค้าที่ไม่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างร้านโซห่วยด้วยกันเอง ทางร้านจะพูดคุยกะผู้ชายร้านอื่นได้ตามปกติเพราะไม่เคยมีปัญหาอะไรกันเพราะคนในชุมชนนั้นก็ถือว่าอยู่ร่วมกันมานานทำให้ทุกคนก็เปรียบเป็นญาติพี่น้องกันไปแล้ว อีกทั้งยังมีการช่วยเหลือกันโดยเมื่อลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านแต่ทางร้านไม่มีสินค้าก็จะแนะนำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านที่อยู่ใกล้เคียงกันที่พอจะมีสินค้าเหล่านั้นขายอยู่บ้าง

ความสัมพันธ์ต่อชุมชน ทางร้านก็จะช่วยเหลืองานของชุมชนในโอกาสต่างๆไม่ว่าจะเป็นงานกีฬาทั้งที่ของชุมชนจัดและของโรงเรียนที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านจัดซึ่งจะมีการช่วยเหลือทั้งในด้านของเงินทุน ขนม และแรงงาน เช่น เทศกาลออกพรรษา-เข้าพรรษาที่ทางร้านจะช่วยเหลือทุกปีซึ่งในการช่วยเหลือชุมชนนี้ถึงแม้ทางชุมชนจะไม่ได้ของอะไรจากทางร้านมาแต่ทางร้านก็เต็มใจที่จะช่วยเหลือหรือบางครั้งทางร้านได้ถูกเชิญให้ไปร่วมกิจกรรมของโรงเรียนเทศบาล 1 ซึ่งทางโรงเรียนก็เพียงแค่

ขอให้เข้าไปร่วมสนุกเท่านั้นแต่ทางร้านก็ได้นำขนม/น้ำอัดลมไปให้ทางโรงเรียนด้วยซึ่งตรงทางร้านก็ถือเป็นการแสดงน้ำใจเล็กๆน้อยๆให้แก่กัน

การสร้างความสัมพันธ์

การสร้างความสัมพันธ์ที่ทางร้านทำนั้นจะเป็นการให้ความเป็นกันเองเปรียบเหมือนเครือญาติเดียวกันทั้งนี้เพราะถือว่าเราอยู่ร่วมชุมชนเดียวกันเพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนมากก็จะเป็นคนที่อยู่ในชุมชนดังนั้นทางร้านจึงไม่ต้องแสวงแสวงแก่งทำอะไรมากเพราะคนในชุมชนต่างก็ทราบกันอยู่แล้วว่าอะไรเป็นอะไรซึ่งหากลูกค้ามาดีเราก็ดี แต่หากมีลูกค้าบางคนที่ยียวนทางร้านก็จะบอกกล่าวไปทำเหมือนพี่สอนน้องหรือผู้ใหญ่สอนเด็กมากกว่า ซึ่งทั้งนี้เราถือว่าเป็นเครือญาติเดียวกันทำให้เมื่อมีการวักกล่าวตักเตือนก็จะไม่โกรธเคืองกัน

ปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคตที่คาดไว้

ผลกระทบในอนาคตนั้นคงจะตอบไม่ได้ว่าเป็นอย่างไร แต่จะขอตอบในส่วนของผลกระทบที่ได้รับในปัจจุบันนี้ ซึ่งผลกระทบที่ได้รับในปัจจุบันที่ทางร้านได้รับนั้นจะเป็นผลที่ได้รับมาจากเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้ซึ่งก็คิดว่าทุกคนคงได้รับผลกระทบนี้เช่นกันเพราะทุกวันนี้ข้าวของมีราคาสูงขึ้น เช่นน้ำมันแพงทำให้อะไรๆก็มีราคาสูงขึ้นด้วยกันทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นการผลิตและการขนส่งที่มีราคาสูงกว่าเดิมมากๆ คือทุกวันนี้จะเห็นได้ว่าผู้คนมีการบริโภคน้อยลงที่จากเมื่อก่อนมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านกันมากทั้งซื้อขนม/น้ำอัดลม/สุรา/บุหรี่ยังจะมากนแทบทุกวันแต่ว่าในช่วงหลังๆนี้ที่ค่าครองชีพสูงขึ้นทำให้ผู้คนประหยัดเพื่อความอยู่รอดกันทั้งสิ้น อีกทั้งในช่วงนี้ยังมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยเพราะอากาศหนาวซึ่งเรื่องของอากาศนี่ก็เป็นข้อสำคัญอีกข้อหนึ่งที่ทำให้มีผู้คนมาใช้บริการน้อยลงเพราะจะสังเกตได้ว่าในช่วงฤดูร้อนชาวบ้านจะค่อนข้างมาซื้อสินค้ากันมากกว่าช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว

วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อทางร้านมีปัญหาเกิดขึ้น

เมื่อทางร้านได้รับปัญหาเราก็คงที่จะต้องแก้ไขจากที่ตัวเราเอง คือทางร้านก็ต้องประหยัดขึ้นลดรายจ่ายให้น้อยลงซึ่งคงจะต้องจ่ายใช้สอยทั้งในเรื่องการกินอยู่และในเรื่องของสินค้าที่นำมาขายให้แก่ลูกค้าในร้านด้วยโดยจะไม่ซื้อสินค้ามากักตุนไว้ที่ร้านให้มากเกินไปอาศัยว่าหากสินค้าประเภทไหนหมดก็ค่อยไปซื้อสินค้าเหล่านั้นมาเพิ่มเติมแทนซึ่งเราต้องค่อยๆซื้อไปที่ละอย่างดีกว่าเพราะทางร้านจะได้เหลือเงินไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในครอบครัวและภายในร้านเพราะเศรษฐกิจเช่นนี้ก็คิดว่าผู้คนก็จะไม่จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยเหมือนเมื่อก่อน

ทิศทางในอนาคต

ยังคงจะเปิดร้านต่อไป แต่ทางร้านอยากจะปรับปรุงร้านให้เป็นเหมือนร้านเซเว่นๆ ที่อยากจะปรับปรุงให้ร้านเป็นเหมือนร้านเซเว่นๆก็เพราะตนคิดว่าทางลูกค้าต้องการความสะดวกสบายคือปัจจุบันลูกค้าชอบความสะดวกและความทันสมัยมีการติดเครื่องปรับอากาศ

ภายในร้าน เพราะทุกวันนี้เมืองก็เจริญขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นเราจะทำให้ร้านเป็นแบบเดิมไม่ได้เพราะคงจะไม่มีใครเข้ามาใช้บริการดังนั้นทางร้านจะต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้เป็นไปตามยุคตามสมัย

กรณีศึกษาที่ 2 เจ้าของร้าน ข.(ร้านค้าโชห่วยที่อยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นปานกลาง)

เพศ : หญิง อายุ : 56 ปี

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สถานภาพ: สมรส มีบุตร 3 คน

สภาพทั่วไปของร้าน

บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ครึ่งปูนครึ่งไม้ แบ่งชั้นบนเป็นส่วนของที่พักอาศัย และชั้นล่างนั้น ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ด้วยกันคือ เป็นส่วนของพื้นที่ที่ใช้วางเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ และอีกส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่ของบริเวณขายของ มีพื้นที่ทั้งหมด 63 ตารางวา เปิดบริการตั้งแต่ 06.00 –21.00 นาฬิกา ไม่มีวันหยุด เว้นแต่จะมีธุระที่จำเป็นจริงๆ จึงจะหยุด

ความเป็นมาของร้าน

ภายหลังจากลาออกจากราชการก็ได้หันมาเปิดร้านขายของ ซึ่งก็ใช้พื้นที่ในส่วนของตัวบ้านที่อาศัยเอง ซึ่งนับจากวันนั้นจนวันนี้ทั้งหมดก็เป็นระยะเวลา 21 ปี

การเปลี่ยนแปลงของร้าน

ลักษณะของร้านโดยทั่วไปก็ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงอะไร อีกทั้งสินค้าที่ขายในร้านก็ยังเป็นสินค้าที่ขายมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นขนม และเครื่องดื่ม แต่ก็จะมีการเติมในส่วนเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญขึ้นมาจำนวน 3 เครื่อง เมื่อสองปีที่ผ่านมา (เพิ่มเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญขึ้นมาในปี พ.ศ. 2548) โดยสาเหตุที่เพิ่มเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญขึ้นมาก็เพราะว่าสถานการณ์บ้านเมืองเจริญขึ้น ทำให้ผู้คนซึ่เกียจเยอะขึ้น ดังนั้นจึงทำให้คิดว่าน่าจะมีเครื่องซักผ้ามาเพิ่มเพื่อให้บริการกับลูกค้าในละแวกก็น่าจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งทุกวันนี้ก็จะมีลูกค้ามาใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่ร้าน ประมาณวันละ 4-5 คน ต่อวัน

กลุ่มลูกค้าของร้าน

ลูกค้าจะเป็นกลุ่มของเด็กนักเรียน และคนในชุมชนละแวกบ้านเป็นกลุ่มของลูกค้าเดิมถือเป็นลูกค้าเก่าแก่เช่น กลุ่มเด็กที่เป็นลูกค้าในเมื่อก่อนซึ่งในปัจจุบันก็โตๆ กันแล้วก็ยังมาใช้บริการกันอยู่ และในส่วนของลูกค้าใหม่ก็จะเป็นคนในชุมชนบางคนแต่เดิมไม่เคยมาใช้บริการและอีกส่วนหนึ่งก็จะเป็นลูกค้าอาจารย์ที่เดินทางผ่านมาในบริเวณแถวนี้ก็มีบ้างที่แวะมาซื้อสินค้าที่ร้าน

ผลกระทบเมื่อมีห้างสรรพสินค้า

ไม่มีผลกระทบ ทั้งนี้เพราะสินค้าที่มีอยู่ในร้านก็ยังคงขายได้เช่นเดิมตามปกติ อีกทั้งสินค้าที่ขายก็ยังเป็นสินค้าเล็กๆน้อยๆ ขึ้นละบาท 2บาท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอะไรต่อร้านเลย หลังจากที่มีห้างฯ มาเปิด

เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

ในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุดนั้นจะอยู่ในช่วงเวลา 15.00-20.00 นาฬิกา ซึ่งลูกค้าจะมาที่ร้านในช่วงเวลานี้กันมากนั้นก็เพราะว่าเป็นช่วงเวลาเลิกเรียน หรือเลิกงานของผู้คนทั่วไป อีกทั้งผู้คนบางส่วนก็มาเล่นหรือช้อปปิ้งที่สนามใกล้ๆร้านบ้าง จึงทำให้ช่วงเวลานี้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก

ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยที่สุดนั้นก็จะเป็นช่วงเวลา 09.00-14.30 นาฬิกา ทั้งนี้ก็เป็นเพราะช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาเรียน และเวลาทำงานของผู้คนเลยทำให้ไม่ค่อยมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากนัก

แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขาย

สินค้าที่รับมาก็คือมาจากยี่ปัว และตามท้องตลาดทั่วไป น้ำอัดลมนั้นจะรับมาจากหน่วยรถขาย และในส่วนของขนมก็จะมาจากร้านขายของส่ง หรือตามห้างสรรพสินค้าบ้าง และในส่วนของเครื่องอุปโภคก็เช่นกัน แต่ในส่วนของผลไม้ดองที่ขายที่ร้านนั้นก็ทำเองขายเอง

ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า/โซ่หน่วยในละแวกและต่อชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ และลูกค้า จะถือในเรื่องของความเป็นกันเองกับลูกค้า ซึ่งก็จะยิ้มแย้มแจ่มใส ให้กับลูกค้าทุกๆ คนที่เข้ามาในร้าน อีกทั้งก็ขายสินค้าตามราคาที่ดีได้ ไม่โกงราคาลูกค้า

ความสัมพันธ์ระหว่างร้านโซ่หน่วยด้วยกันเอง จะพูดคุยกับร้านค้าอื่นตามปกติ ไม่มีปัญหาอะไรต่อกัน เพราะผู้ประกอบการร้านอื่นๆ ก็ถือเป็นคนในชุมชนเดียวกันที่คุ้นเคยกันมาตั้งแต่อดีต ถือเป็นญาติพี่น้องกันไปแล้ว

ความสัมพันธ์ต่อชุมชน ในบางเทศกาลงานบุญสำคัญต่างๆ ก็จะช่วยเหลือชุมชนโดยให้เป็นปัจจัยเงินสนับสนุนบ้าง แต่หากไม่ได้เข้าไปช่วยเหลือในด้านของแรงงานเพราะไม่มีเวลาที่จะไปร่วมงานด้วย

การสร้างความสัมพันธ์

1. สร้างความเป็นกันเองให้กับลูกค้าทุกคนที่เข้าร้าน ถึงแม้ลูกค้าบางคนที่ขับรถผ่านไม่ได้จอดรถลงมาซื้อของก็จะยิ้มทักทายไปบ้าง
2. ขายสินค้าราคาถูกไม่แพง ไม่โกงราคา

3. ไม่จู้จี้จุกจิกกับลูกค้า ซึ่งหากลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าในบริเวณร้านแล้วก็จะให้ลูกค้าเดินเลือกสินค้าได้ตามใจชอบ แล้วหากจะจ่ายเงินค่าสินค้าก็ค่อยเดินเข้ามาจ่ายเงินค่าสินค้าเองกับเจ้าของร้านที่นั่งบริเวณหน้าร้าน และถึงแม้ลูกค้าที่เดินเข้ามาในร้านจะไม่ได้ซื้อสินค้าก็จะมีอะไรลูกค้าผู้นั้น

4. มีเก้าอี้ไว้บริการลูกค้า หากลูกค้าต้องการจะนั่งพักผ่อน หรือนั่งทานขนม หรือเครื่องดื่มหน้าร้านค้า

ปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคตที่คาดไว้

ในอนาคตคิดว่าจะไม่เกิดปัญหาอะไรกับร้าน เพราะร้านก็จะขายสินค้าเล็กๆ น้อยๆ ที่อยู่ที่ห่างซื้อไม่ได้ เช่นผลไม้ดอง หรือน้ำแข็งใส ถ้วยละ 5 บาท 10 บาท แต่ถ้าจะเกิดปัญหาจริงๆ ก็คงอยู่ที่ตัวของผู้ชายเองที่ขี้เกียจ

วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อทางร้านมีปัญหาเกิดขึ้น

คิดว่าไม่มีปัญหาอะไร เพราะโดยส่วนตัวแล้วได้ยึดตามหลักเศรษฐกิจแบบพอเพียงในการดำรงชีวิต คือไม่ฟุ้งเฟ้อหรือทำอะไรเกินตัว อีกทั้งในปัจจุบันนี้สภาพทางเศรษฐกิจก็ไม่ค่อยดีนัก จะดีนรกให้มากไปกว่านี้ก็ไม่ดีนัก และที่สำคัญตอนนี้ชีวิตก็มีความสุขเพียงพอแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องดิ้นรนอะไรเพิ่มเติมอีก

ทิศทางในอนาคต

ในอนาคตก็คิดว่าทางร้านจะเป็นเหมือนเดิม เพราะยังไงก็จะใช้ชีวิตเช่นเดิม และร้านค้าก็จะเป็นเช่นเดิม ตามแนวหลักเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ยึดถือและปฏิบัติ

กรณีศึกษาที่ 3 เจ้าของร้าน ค. (ร้านค้าโชห่วยที่อยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นน้อย)

ในเขตตำบลธาตุเชิงชุม

เพศ : หญิง อายุ 42 ปี

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพ: สมรสแต่ไม่มีบุตร

สภาพทั่วไปของร้าน

มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา แบ่งพื้นที่ชั้นบนเป็นส่วนของที่พักรถยนต์ และใช้พื้นที่ในส่วนของชั้นล่างของตัวอาคารจัดเป็นร้านขายสินค้า การจัดวางสินค้าภายในร้านจะจัดสินค้าต่างๆไว้บนชั้นวางของที่ตั้งเรียงไว้ในร้าน ทั้ง 3 แถว และมีโต๊ะไว้สำหรับการคิดราคาสินค้าไว้ด้านหน้าของร้าน โดยพื้นที่ของร้านจะมีขนาดกว้าง 20 และยาว 48 ตารางวา เปิดบริการตั้งแต่วันที่ 08.00-20.00 นาฬิกา และจะหยุดทุกๆวันอาทิตย์

ความเป็นมาของร้าน

ก่อนที่จะมาเปิดร้านขายของนั้นเดิมทีเจ้าของร้านและสามีประกอบอาชีพรับเหมาก่อสร้าง แต่พอถึงช่วงยุคค่าเงินบาทลอยตัวจึงทำให้ต้องหยุดอาชีพผู้รับเหมาฯไป และเมื่อปี พ.ศ. 2543 เศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นจึงได้ตัดสินใจไปขอกู้ยืมเงินจากธนาคารมาลงทุนในการเปิดร้าน ซึ่งก็ถือว่ากิจการไปได้ดี ซึ่งนับเวลาการเปิดร้านจากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้เป็นเวลา 8 ปี

การเปลี่ยนแปลงของร้าน

อดีตก็ทำการเปิดร้านค้าเหมือนปัจจุบัน คือไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมากนัก เพราะสินค้าที่ขายในร้านส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเพื่อการบริโภคเสียส่วนใหญ่ เช่น ขนม เครื่องดื่ม ผงซักฟอก สบู่ หรือสินค้าต่างๆบ้าง แต่ในช่วงหลังๆมานี้ก็ได้มีการเพิ่มสินค้าภายในร้านให้มากขึ้น คือจะมีสินค้าครบทุกประเภท เพราะที่ผ่านๆมาจะเน้นสินค้าเพื่อการบริโภคมากกว่า แต่ ณ. ปัจจุบันนี้ก็มีการนำหลอดไฟ นิตยสารต่างๆ มาวางขายร่วมด้วย ทั้งนี้ก็เพื่ออยากให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านแล้วได้สินค้าครบทุกอย่างตามที่ต้องการออกไปด้วย อีกทั้งทางร้านก็ได้มีการปรับปรุงร้านโดยการติดกระจกทางด้านหน้าร้านเพื่อดึงดูดลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมาสามารถพบเห็นได้สะดวก

กลุ่มลูกค้าของร้าน

เป็นคนในชุมชนด้วยตนเอง และกลุ่มของนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งถ้าหากเป็นคนในที่อาศัยอยู่ละแวกทั้งของชุมชนหน้าค่าย/ชุมชนบ้านธาตุ และในส่วนของนักเรียนนักศึกษานั้นก็ล้วนแต่ศึกษาอยู่ในบริเวณนี้แทบทั้งสิ้น และส่วนของลูกค้าชาวกรก็จะเป็นลูกค้าที่สัญจรไปมา โดยลูกค้ากลุ่มที่มีบ้านอยู่ในบริเวณใกล้เคียงนี้ก็จะมีมาใช้บริการเป็นประจำและต่อเนื่อง ส่วนนักเรียน/นักศึกษานั้นก็เช่นกันแต่ก็มีบ้างที่เรียนจบแล้วก็หายหน้าหายตากันไปแต่นานๆจะกลับมาใช้บริการที่ร้านบ้างเป็นครั้งคราว

ผลกระทบเมื่อมีห้างสรรพสินค้า

ได้รับผลกระทบบ้างแต่ก็ไม่มากมายอะไรนัก จะมีบ้างก็คือมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านน้อยลง ทำให้รายได้ของร้านลดลงบ้างเล็กน้อยไม่ถึงกับขาดทุน เพราะลูกค้าก็จะไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าบ้าง ร้านเซเว่นฯบ้าง ซึ่งปัจจุบันนี้มีร้านเปิดขึ้นมาเยอะทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมากนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาคือ 08.00-08.30 นาฬิกา และช่วงเวลา 15.00-19.00 นาฬิกา ที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใน 2 ช่วงนี้ก็เป็นเพราะว่าช่วงเวลานี้ถือเป็นช่วงก่อนไปเรียนหรือไปทำงาน (ช่วงเช้า) ส่วนในช่วงบ่ายไปจนถึงหัวค่ำนั้นก็ก็เป็นเหตุผลเช่นเดียวกันคือ เป็นช่วงเลิกเรียน/เลิกงาน ซึ่งลูกค้าก็จะแวะซื้อสินค้าก่อนกลับบ้านหรือหอบหิ้ว เพราะถือว่าที่ตั้งร้านติดถนนใหญ่และอยู่ใกล้ตลาดทำให้สะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อยที่สุดนั้นจะเป็นช่วงเวลา 10.00-15.00 นาฬิกา เพราะถือว่าเป็นช่วงการทำงาน(ในวันปกติ) แต่หากเป็นวันเสาร์นั้นก็จะขายสินค้าได้เรื่อยๆตลอดทั้งวัน

แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขาย

จากร้านขายสินค้าส่งภายในตัวเมือง และร้านเหล่านี้ก็จะนำสินค้ามาส่งให้ และสินค้าบางอย่างก็จะซื้อมาจากร้านขายสินค้าทั่วไปบ้างแบบไม่เจาะจง ในส่วนของราคาสินค้าที่ขายนั้น จะเพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้นจากราคาส่งขึ้นละ 2-5 บาท

ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า/โซ่ห่วงในละแวกและต่อชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ และลูกค้า ในส่วนของการให้บริการนั้นทางร้านจะให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านบอกว่าต้องการอะไร และเมื่อทราบความต้องการของลูกค้าแล้ว ตนจะให้พนักงานในร้านจัดหาสินค้ามาให้ แต่หากลูกค้าหาสินค้าต้องการที่จะเดินเลือกซื้อสินค้าเองก็สามารถทำได้เช่นกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างร้านโซ่ห่วงด้วยกันเอง ก็จะไม่ก้าวก่ายซึ่งกันและกัน เพราะต่างคนก็ต่างประกอบอาชีพเดียวกันพูดคุยกันได้ตามปกติ หากสินค้าที่ร้านตนไม่มีก็จะแนะนำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าในร้านถัดไปถือเป็นการเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันซึ่งก็ดีกว่าจะก่อปัญหาหรือความขัดแย้ง

ความสัมพันธ์ต่อชุมชน ก็ช่วยเหลือไปตามที่ตนจะช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็นการการช่วยเหลือเรื่องเงิน หรือขนมปังปิ้ง เมื่อชุมชนมีกิจกรรมหรือบริจาคให้ทางค่ายทหารในวันเด็ก

การสร้างความสัมพันธ์

1. จัดสินค้าให้ตามความต้องการของลูกค้า เพราะเพียงแค่ลูกค้าบอกความต้องการว่าต้องการอะไรทางร้านก็จะจัดหาสินค้าเหล่านั้นมาให้โดยไม่ต้องให้ลูกค้าเสียเวลาเดินหาสินค้าเอง
2. เน้นการให้บริการในส่วนของการคิดเงินให้ถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อที่จะไม่ให้เกิดลูกค้าเสียเวลา
3. ราคาสินค้าที่ขายในร้านไม่ขายแพงจนเกินไป ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าที่ซื้อมาจากทางร้านซื้อมานั้นจะเป็นราคาสินค้าแบบราคาส่งอยู่แล้วและเมื่อนำมาขายที่ร้านก็จะเพิ่มราคาอีก2-5บาท ดังนั้นจะทำให้ราคาสินค้าที่ขายภายในร้านจะเป็นราคาที่ขายตามท้องตลาดทั่วไป
4. ความหลากหลายของสินค้าที่มีวางขายภายในร้านที่มีทั้งสินค้าอุปโภค-บริโภค ไปจนถึงนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างๆ
5. มีชั้นวางกระเป๋าหน้าร้านไว้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทั้งนี้ก็เพื่อความสะดวกของลูกค้า และป้องกันการขโมยสินค้าภายในร้านอีกต่อหนึ่ง

ปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคตที่คาดไว้

ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น และน่าจะเป็นไปได้มากที่สุดในอนาคตนั้นก็น่าจะเป็นจำนวนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการน้อยลงซึ่งก็อาจจะได้รับผลกระทบบ้างในอนาคตถ้าหากลูกค้ายังเข้าร้าน

น้อยลง โดยสาเหตุนั้นก็น่าจะมาจากสาเหตุที่ว่าในละแวกนี้มีร้านโชห่วยที่ขายสินค้าแบบเดียวกันค่อนข้างมากทั้งร้านเล็กร้านใหญ่ อีกทั้งในบริเวณละแวกนี้ก็ยังมีร้านเซเว่นๆ ที่อยู่ใกล้ๆร้านอีกถึง 3 สาขา ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้ากระจายกันไปซื้อสินค้าที่ร้านอื่นๆบ้างเพราะลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น

วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อทางร้านมีปัญหาเกิดขึ้น

หากจะแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้อาจจะเกิดได้ในอนาคตนั้นก็คงจะเป็นในส่วนของการลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน ซึ่งจะแก้ปัญหาแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ในส่วนของสินค้าที่จะนำมาขายภายในร้านนั้นทางร้านก็จะทำการสั่งสินค้ามาจากร้านขายส่งเพียงแห่งเดียวแทนการสั่งสินค้าจากร้านค้าหลายๆที่ และในส่วนของพนักงานขายนั้นทางร้านก็จะไม่จ้างลูกจ้างมาทำงานที่ร้านเป็นรายเดือน แต่หากจะนำญาติพี่น้องเข้ามาช่วยขายสินค้าภายในร้าน และจะให้ค่าตอบแทนเป็นค่ากิน/อยู่ด้วยกันแทน

ทิศทางในอนาคต

อนาคตของร้านนั้นก็คิดว่าน่าจะขายสินค้าได้อย่างนี้อีกต่อไป และมียอดขายสม่ำเสมอถ้าไรไม่มาก แต่ก็ยังถือว่าอยู่ได้ แต่หากอนาคตก็เป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนเพราะหากยอดขายของร้านตกต่ำลงมากๆตนเองอาจจะปิดกิจการ และหันไปทำอาชีพอื่นแทนโดยอาชีพนั้นอาจจะจะเป็นอาชีพเดิมที่เคยทำมาก่อนนั้นก็คืออาชีพรับเหมาก่อสร้าง

กรณีศึกษาที่ 4 เจ้าของร้าน ง. (ร้านค้าโชห่วยที่อยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นน้อย)

ในเขตตำบลธาตุนาเวง

เพศ : ชาย อายุ 37 ปี

วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สถานภาพ: สมรส มีบุตร 2 คน

สภาพทั่วไปของร้าน

อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา แบ่งพื้นที่ชั้นที่ 2 และชั้นที่ 3 เป็นที่พักอาศัย และในส่วนของชั้นล่างได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ พื้นที่ส่วนที่ 1 จะจัดวางสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค (เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน) ส่วนที่ 2 จะจัดวางสินค้าประเภทเครื่องบริโภค เช่น ขนมขบเคี้ยว/เครื่องดื่ม และในส่วนที่ 3 จะจัดวางสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 32 ตารางวา เปิดบริการตั้งแต่เวลา 06.00-21.00 นาฬิกา เปิดบริการทุกวันไม่มีหยุด

ความเป็นมาของร้าน

ภายหลังจากเรียนจบในชั้นปริญญาตรีจึงมองหาช่องทางในการทำงาน และได้ตัดสินใจที่จะเปิดร้านขายของ โดยคิดว่าที่ทางแวกนี้จะเจริญขึ้นเรื่อยๆ เพราะอยู่ใกล้กับสถานศึกษา จึงได้ตัดแปลงที่พักอาศัยที่เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น มาเป็นร้านค้า โดยเปิดชั้นล่างของอาคารเป็นร้าน

ชายของ ซึ่งจากวันที่เปิดร้านจนถึงวันนี้ก็นับเป็นเวลา 17 ปีแล้ว และเนื่องจากกิจการการค้าเจริญก้าวหน้าจึงทำให้สามารถเปิดร้านสาขาที่ 2 ได้ เมื่อปลายปี 2550

การเปลี่ยนแปลงของร้าน

ด้านกายภาพ สภาพทางกายภาพของร้านไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง เพราะขนาดของร้านก็มีพื้นที่เท่านี้ตั้งแต่เมื่อครั้งเปิดร้าน ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงก็จะเป็นในส่วนของถนนสายสกล-อุดรที่ทางจังหวัดได้ทำขึ้นใหม่เมื่อประมาณเกือบ 10 ปีที่แล้ว ซึ่งได้ทำการขยายถนนสายเดิมให้เป็นถนนสายหลักของจังหวัด (ถนน 4 เลน) ทำให้การเดินทางสะดวกมากขึ้น

ด้านลูกค้า ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากลูกค้าส่วนมากของทางร้านจะเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มของนักเรียนนักศึกษาที่ศึกษาอยู่สถานศึกษาที่ในบริเวณนี้ ซึ่งก็จะมีตั้งแต่ลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มของนักเรียนที่อยู่ในระดับชั้นมัธยมต้น ไปจนถึงระดับชั้นปริญญา แต่ลูกค้าของร้านเหล่านี้ก็จะ是客户ของร้านฯ เพียงในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เพราะเมื่อศึกษาจบหลักสูตรแล้วลูกค้าเหล่านี้ก็จะหายหน้าหายตาไปบ้าง แต่ก็มีในส่วนของลูกค้าประจำที่เป็นลูกค้าของร้านแต่ดั้งเดิมที่ไม่หนีหน้าไปไหนนั้นก็จะเป็นผู้คนในชุมชนละแวกนี้อีกเช่นเดียวกัน และก็มีลูกค้าชาวไร่บ้างเล็กน้อย

ด้านสินค้า สินค้าที่ร้านนำมาขายนั้นก็ยังคงเป็นสินค้าประเภทเดิมที่ทางร้านนำมาขายตั้งแต่เมื่อครั้งเปิดให้บริการ เพราะตั้งแต่แรกเริ่มนั้นทางร้านก็ได้จัดหาสินค้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งก็ถือว่าสินค้าที่นำมาขายนั้นครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะ เป็นเครื่องอุปโภค-บริโภค

กลุ่มลูกค้าของร้าน

ลูกค้าของร้านฯ ก็จะเป็นกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาที่ศึกษาเล่าเรียนและพักอาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง และลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งนั่นก็คือผู้คนที่อาศัยอยู่ในละแวกชุมชน ซึ่งนักเรียน-นักศึกษาเหล่านี้ก็มักจะเปลี่ยนหน้ากันไปเสมอในทุกๆ ปี แต่ลูกค้าที่ยังคงมาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่องนั้นก็จะเป็นผู้คนที่มมีบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ และในส่วนของลูกค้าชาวนั้นก็พอที่จะมีเข้ามาใช้บริการบ้าง เพราะที่ตั้งของร้านอยู่ติดกับถนนใหญ่ทำให้สามารถพบเห็นได้ง่าย

ผลกระทบเมื่อมีห้างสรรพสินค้า

ทางร้านไม่ได้รับผลกระทบใดๆทั้งสิ้น เพราะสินค้าที่มีขายอยู่ในร้านก็ยังคงรักษายอดขายได้ตามปกติ อีกทั้งสินค้าที่ขายในร้านก็เป็นสินค้าจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะ เป็นสบู่ผงซักฟอก ยาสีฟัน บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งสินค้าเหล่านี้ก็ยังขายดีได้ตามปกติ

เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุดนั้นจะอยู่ในช่วง 15.00-20.00 นาฬิกาของทุกวัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะช่วงเวลานี้เป็นเวลาเลิกเรียน และเลิกงานของใครหลายคนจึงทำให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านมาก

ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อยที่สุดนั้นจะอยู่ในช่วงเวลา 06.00-10.00 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นช่วงเวลาที่จะต้องเดินทางไปเรียน หรือเดินทางไปทำงาน หรืออาจจะยังไม่ตื่นนอนกัน อีกทั้งคงไม่มีใครอยากที่จะหอบหิ้วเอาข้าวของเครื่องใช้ไปเรียนหรือไปทำงานด้วย เลยทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในช่วงเช้ากันน้อย

แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขาย

สินค้าที่รับมาขายที่ร้านก็จะมาจาก 3 ที่หลักๆด้วยกัน นั่นก็คือ ห้างสยามแมคโคร ร้านเล้งเล้ง (ร้านขายสินค้าส่งประจำจังหวัด) โดยสินค้าที่จะซื้อจะอยู่ที่ห้างสยามแมคโคร และที่ร้านเล้งเล้งนั้นก็จะ เป็นสินค้าทั้งเครื่องอุปโภค-บริโภค แต่หากเป็นน้ำอัดลมก็จะรับมาจากหน่วยรถขาย

ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า/โซ่ห่วงในละแวกและต่อชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ และลูกค้า ทางเจ้าของร้านฯเองนั้นจะถือในเรื่องของการสร้างความเป็นกันเอง และการผูกมิตรกับลูกค้า โดยเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการนั้นก็จะมียิ้มแจ่มใสให้กับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาที่ร้าน และติดป้ายแสดงราคาสินค้าเพื่อแสดงราคาสินค้าให้ลูกค้าได้เห็น และไม่ขายสินค้าเกินราคาที่ติดไว้ หรือเกินราคาจากทางผู้ผลิตสินค้าได้แสดงราคากำกับมา อีกทั้งในช่วงเทศกาลปีใหม่ของทุกๆปีทางร้านฯก็มีของที่ระลึกให้กับลูกค้าเล็กๆน้อยๆที่เข้าไปใช้บริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างร้านโซ่ห่วงด้วยกันเอง กับเจ้าของร้านโซ่ห่วงร้านอื่นๆ หรือแม้กระทั่งร้านที่ขายสินค้าประเภทอื่นนั้น ก็จะพูดคุยด้วยตามปกติ ซึ่งในละแวกนี้ก็จะมีร้านโซ่ห่วงอยู่มากแต่เจ้าของร้านของร้านแต่ละร้านฯก็ไม่เก๋ากายกันและกัน เพราะถือว่าเราทำอาชีพเหมือนกัน ซึ่งก็ทำให้ไม่มีปัญหาระหว่างร้านโซ่ห่วงด้วยกันเอง รวมไปถึงร้านค้าอื่นๆที่อยู่ในชุมชน

ความสัมพันธ์ต่อชุมชน ในส่วนของการมีส่วนร่วมของร้านที่มีต่อชุมชนนั้นทางร้านฯก็จะทำในบางเทศกาลงานบุญต่างๆบ้าง และยังช่วยเหลือด้านทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส

การสร้างความสัมพันธ์

1. สร้างบรรยากาศความเป็นกันเองต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านทางร้านจะไม่เดินตามลูกค้าในขณะที่เดินเลือกซื้อสินค้า จะปล่อยให้ลูกค้าเดินเลือกดู/เลือกสินค้าได้ตามใจชอบ

2. ขายสินค้าราคาถูก ทั้งนี้ในสินค้าที่ขายในร้านนั้นโดยส่วนมากก็จะรับมาจากแหล่งที่ขายสินค้าแบบราคาส่งก็จะทำให้ทางร้านสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูก ดังนั้นเมื่อเราซื้อสินค้ามาในราคาที่ถูกแล้วก็ไม่ควรที่จะไม่เอาเปรียบขายราคาแพงให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3. ไม่จู้จี้จุกจิกกับลูกค้า เพราะในบางครั้งการที่ลูกค้าเข้ามาที่ร้านฯแล้วไม่เลือกซื้อสินค้าอะไรก็ไม่มีการต่อว่าลูกค้า มีแต่จะแนะนำให้ไปซื้อที่ร้านอื่นที่มีสินค้ามากกว่า

ปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคตที่คาดไว้

ในอนาคตคิดว่าคงจะไม่มีปัญหาและผลกระทบใดๆ เกิดขึ้นต่อทางร้านอย่างแน่นอน ยังคงยืนยันว่าสินค้าที่ร้านยังคงขายได้ตลอด เพราะในละแวกนี้มีผู้คนอาศัยอยู่มากซึ่งก็คิดว่าผู้คนในชุมชนนี้ก็ยังคงมาใช้บริการที่ร้านเช่นเดิม แต่หากจะเกิดปัญหาที่จะทำให้ร้านจะต้องปิดตัวลงนั้นก็มาจากในอนาคตที่อายุของผู้ขายจะมากขึ้นเรื่อยๆ และเกรงว่าบุตรทั้ง 2 จะไม่รับช่วงต่อกิจการนี้หันไปทำอาชีพอื่นกันมากกว่า

วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อทางร้านมีปัญหาเกิดขึ้น

ยังยืนยันคำเดิมว่าคงจะไม่มีปัญหาใดๆ เกิดขึ้นต่อทางร้านแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นการที่เมืองสกลนครเจริญขึ้น แล้วมีห้างสรรพสินค้าหลายๆห้างมาเปิด แต่หากจะให้คิดว่าจะมีปัญหาวะไรเกิดขึ้นนั้นก็คิดไม่ออกในตอนนี้อย่างไรก็ตามยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะส่งผลให้เกิดปัญหาในอนาคต

ทิศทางในอนาคต

ในอนาคตคิดเอาไว้ว่าอยากจะขยายสาขาของร้าน “ทีเอสเซนเตอร์” ให้มีหลายสาขามากกว่านี้ และมีที่จอดรถไว้ให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพราะสถานที่ตั้งของร้านในขณะนี้ค่อนข้างคับแคบ และเพื่อรองรับความต้องการของคนที่อาศัยอยู่ในละแวกนี้ที่จะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

กรณีศึกษาที่ 5 เจ้าของร้าน ง. (ร้านค้าโชห่วยที่อยู่ในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม)

เพศ : หญิง อายุ 52 ปี

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพ: สมรส มีบุตร 2 คน

สภาพทั่วไปของร้าน

ลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว 1 ชั้น ขนาดพื้นที่ทั้งหมด 80 ตารางวา ตัวบ้านแบ่งพื้นที่ออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆคือพื้นที่ของบ้านในส่วนของด้านหน้า และด้านหลัง ซึ่งในส่วนของพื้นที่ด้านหลังนั้นจะเป็นส่วนของที่พักอาศัย และในส่วนของด้านหน้าจะเป็นส่วนของร้านค้าก็ได้แบ่งพื้นที่หน้าร้านออกเป็นอีก 2 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนหนึ่งจะเป็นพื้นที่ในส่วนของการขายสินค้าแบบร้านโชห่วยๆ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นพื้นที่ขายอาหารพื้นเมือง เช่นข้าวเหนียว ส้มตำ เปิดบริการตั้งแต่ 07.00-20.00 นาฬิกา แต่จะปิดบริการในส่วนของร้านขายอาหารในเวลา 16.00 นาฬิกา เปิดบริการในทุกวันไม่มีวันหยุด เว้นแต่จะมีธุระจำเป็นเท่านั้นจึงจะปิดร้าน

ความเป็นมาของร้าน

ภายหลังจากการสร้างบ้านให้บุตรชายเสร็จเมื่อ 9 ปีที่แล้ว (พ.ศ.2542) เสรีจ ก็ได้คิดที่จะเปิดร้านขายของในส่วนของพื้นที่หน้าร้าน โดยแบ่งในส่วนของพื้นที่ในส่วนของด้านหลังไว้เป็นที่พักอาศัย โดยในช่วง4ปีแรกนั้นก็เปิดร้านขายแต่เฉพาะเครื่องอุปโภค-บริโภคเท่านั้น แต่ยังไม่ได้เปิดในส่วนของพื้นที่ขายอาหาร ซึ่งหากนับเวลาทั้งหมดที่เปิดร้านฯ ก็นับเป็นเวลา 9 ปีแล้ว

การเปลี่ยนแปลงของร้าน

ลักษณะของร้านโดยทั่วไปนั้นไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก เพราะสินค้าที่ขายในร้านก็เป็นสินค้าที่เคยขายมาตั้งแต่เมื่อเปิดทำการค้าครั้งแรก และได้ขายมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่มชนิดต่างๆ จะมียกเว้นก็แต่บุหรี่ที่ทางร้านไม่มีขาย และเมื่อ4ปีที่แล้ว (พ.ศ.2546) ก็ได้มีการเพิ่มเติมในส่วนของพื้นที่ด้านข้างของร้านออกเป็นพื้นที่ในส่วนของ การขายอาหารพื้นเมือง ข้าวเหนียว ส้มตำ โดยสาเหตุที่เปิดร้านขายอาหารเพิ่มเติมนั้นก็มาจากสาเหตุที่ว่า ในละแวกพื้นที่บริเวณนี้ยังไม่มีร้านขายอาหาร ดังนั้นจึงทำให้คิดว่าหากทำอาหารขายก็น่าจะขายได้ อีกทั้งเชื่อในฝีมือในการทำอาหารของตนเอง ดังนั้นจึงได้เปิดร้านขายอาหารขึ้น เพื่อให้บริการกับลูกค้าในละแวกชุมชน ซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และในทุกวันนี้ก็มีลูกค้ามาใช้บริการ และมาซื้ออาหารที่ร้านฯ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

กลุ่มลูกค้าของร้าน

ลูกค้าที่เป็นคนในละแวกชุมชนที่มีทั้งเด็ก ทั้งผู้ใหญ่ในละแวกชุมชนบ้านหนองแดงนี้เอง ที่มีทั้งมาซื้อขนม/น้ำอัดลม และอาหาร ในส่วนของลูกค้าใหม่ก็จะเป็นลูกค้าประเภทของชาจรที่เดินทางผ่านมาในบริเวณแถวนี้ ซึ่งก็จะมีบ้างที่จะแวะมาซื้อสินค้าที่ร้าน

ผลกระทบเมื่อมีห้างสรรพสินค้า

ไม่มีผลกระทบอะไรเลย เพราะสินค้าที่ขายในร้านก็ยังคงขายได้ตามปกติ ไม่ว่าจะเป็นขนม ของกิน/ของใช้ที่มีขายในร้าน เครื่องดื่มต่างๆก็ยังคงขายได้เหมือนเดิม อีกทั้งสินค้าที่ลูกค้าจะซื้อส่วนใหญ่ก็จะซื้อสินค้าเล็กๆน้อยๆ จ่ายเงินไม่มากนักเป็นเงินไม่กี่บาทเท่านั้น ดังนั้นถึงแม้จะมีห้างมาเปิดที่จังหวัดซุกก็ห้างก็คิดว่าคงไม่เป็นปัญหาอะไร

เวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกันมากที่สุดนั้นก็คือช่วงระหว่าง 11.00-12.30 นาฬิกา เพราะเป็นช่วงเวลาที่พักเที่ยง ลูกค้าจะมาซื้ออาหารเพื่อรับประทานตอนกลางวัน ซึ่งช่วงเวลานี้จะเป็นช่วงเวลาที่ยุ่งมาก เพราะจะมีทั้งลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในส่วนของร้านโชห่วย อีกทั้งลูกค้าก็เข้ามาซื้ออาหารกลางวันด้วย

ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อยที่สุดจะอยู่ในช่วงเวลา 15.00-16.00 นาฬิกา ทั้งนี้เป็นเพราะอาหารที่ขายมักจะหมดแล้ว และสินค้าก็เหลือน้อยแล้ว

แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขาย

สินค้าที่ซื้อมาขายนั้นก็จะมีมาจากหลายที่ ทั้งตลาด และจากห้างสรรพสินค้า โดยสินค้าต่างชนิดก็จะมาจากต่างที่กัน ขนมขบเคี้ยว และเครื่องอุปโภคต่างๆ นั้นจะมาจากห้างสยามแมคโคร เพราะเป็นห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้บ้านมากที่สุด ในส่วนของเครื่องดื่มนั้นจะรับมาจากบริษัทไทยน้ำทิพย์สาขาสกลนคร ซึ่งจะมีรถส่งของของบริษัทมาบริการส่งถึงที่ และในส่วนของอาหารสดที่นำมาประกอบอาหารนั้นก็ซื้อมาจากตลาดในช่วงเช้าตรู่ของแต่ละวัน

ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า/โซ่อุปทานในละแวกและต่อชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ และลูกค้า คือ การสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งก็จะกระทำโดยยิ้มแย้มแจ่มใส พูดคุยกันกับลูกค้าทุกๆคนสามารถหยอกเินกันได้ กับลูกค้าที่เข้ามาในร้าน อีกทั้งสินค้าที่ขายในร้านก็จะขายตามราคาป้ายแสดงราคาสินค้าที่ติดไว้ ไม่ขายแพง และไม่ขายเกินราคา

ความสัมพันธ์ระหว่างร้านโซ่อุปทานด้วยตนเอง สำหรับในส่วนของร้านโซ่อุปทานในละแวกใกล้เคียงนั้นก็จะมีพูดคุยกันตามปกติ อีกทั้งหากเมื่อลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านตนเองแล้วไม่มีนั้นก็แนะนำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้ากับที่ร้านใกล้เคียงกัน เช่นที่ร้านจะไม่ขายบุหรี แต่หากเมื่อมีลูกค้ามาถามซื้อบุหรีนั้นก็แนะนำให้ลูกค้าให้ไปซื้อที่ร้านที่ตั้งอยู่ในละแวกนั้นที่ขายบุหรี

ความสัมพันธ์ต่อชุมชน ความสัมพันธ์ที่มีต่อชุมชนนั้นจะสร้างความสัมพันธ์ในส่วนของช่วยเหลือเป็นประเภทอาหาร หรือเครื่องดื่มตามโอกาสต่างๆ เช่นในการพัฒนาชุมชนของตนเองก็จะช่วยเหลือชุมชนโดยการสนับสนุนเครื่องดื่ม และอาหาร แต่หากก็ไม่ได้ไปร่วมลงแรงด้วยทั้งนี้เพราะไม่มีเวลา และอายุมากแล้วแต่จะอาศัยในช่วงวันพระและวันสำคัญทางพุทธศาสนาเข้าวัดทำบุญร่วมกับคนในชุมชนอยู่เสมอ

การสร้างความสัมพันธ์

1. สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านทุกคน
2. สินค้าที่ขายในร้านก็จะขายไม่แพง และไม่ขายเกินราคา
3. สินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นอาหารแห้ง หรืออาหารสดนั้นจะต้องสดสะอาด และปลอดภัย ทั้งนี้เพราะต้องใส่ใจผู้บริโภค
4. มีโต๊ะ-เก้าอี้ให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้นั่งพัก หรือนั่งรอขณะที่เข้ามาใช้บริการ
5. มีน้ำดื่มสะอาดเอาไว้คอยบริการลูกค้าฟรี

ปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคตที่คาดไว้

ในอนาคตคิดว่าไม่เกิดปัญหาอะไรกับร้านฯแน่นอน เพราะที่ร้านฯก็ขายสินค้าแบบเล็กๆน้อยๆ ขายอาหารร่วมด้วย ซึ่งห้างก็ไม่ได้ขายปลีกสินค้าแบบขึ้นสองชั้นแบบที่ร้านฯขาย เช่น ถ่านน้ำแข็งที่ทางร้านตักแบ่งขายถุงละ 5 บาท อาหารที่ขายถุงละ 10 บาท เป็นต้น แต่หากจะเกิน

ปัญหาจริงๆนั้นก็คงมาจากที่ตัวของผู้ชายเองที่บริการไม่ดีหรือไม่ประทับใจ ซึ่งก็คิดว่าเหตุการณ์เช่นนี้ก็ไม่น่าที่จะเกิดขึ้น

วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อทางร้านมีปัญหาเกิดขึ้น

ไม่น่าจะมีปัญหาอะไรเกิดขึ้นแน่นอน เพราะโดยส่วนตัวนั้นคงไม่ชวนขายอะไรไปมากกว่านี้แล้ว เพราะตอนนี้ครอบครัวก็มีความสุขดี ก็อยากมีความสุขแบบนี้ไปเรื่อยๆ

ทิศทางในอนาคต

ในอนาคตก็คิดว่ายังคงเปิดให้บริการเช่นนี้ไปเรื่อยๆ เพราะตอนนี้ลูกๆก็โตๆกันไปหมดแล้ว อยู่บ้านว่างๆก็เหงา ไม่รู้ว่าจะทำอะไร เลยคิดว่าจะเปิดร้านขายสินค้า และอาหารอย่างนี้ไปเรื่อยๆ เพราะนอกจากจะได้เงินแล้ว ยังสนุกกับการขายของอีกด้วย

กรณีศึกษาที่ 6-10 ลูกค้าร้าน ก. (ร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก)

กรณีศึกษาที่ 6 (ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ : 62 สถานภาพ : สมรส

วุฒิการศึกษา : ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อาชีพ : ค้าขาย

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 5,000 เหลือปีละ 60,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา 30 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เหลือแล้วสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 400 เมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 10 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ ซื้อสินค้า และพูดคุยกับเจ้าของร้านด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงเวลาไม่เกินเที่ยง

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. ความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าของร้านเพราะถือว่าเป็นคนที่อยู่ร่วมชุมชนที่และเติบโตมาด้วยกันด้วยกัน

2. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน เพราะในบางครั้งเครื่องปรุงรสที่ใช้ปรุงไก่ทอดขายในครัวหมดยังจะให้ลูกหลานวิ่งไปซื้อมาใช้ก่อน เช่นน้ำปลา หรือผงชูรส

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ น้ำปลา น้ำตาล ผงชูรส ทั้งนี้เพราะตนทำอาชีพขายไก่ทอด ซึ่งในบางครั้งเครื่องปรุงรสหมดกะทันหัน แต่หากจะไปซื้อที่ตลาดหรือห้างก็คงจะไม่ทันทำให้ต้องไปซื้อสินค้าเหล่านี้จากร้านเพราะร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ ถ่าน เพราะเป็นสินค้าที่ไม่ค่อยได้ใช้บ่อยมากนัก เพราะหากจะซื้อถ่านนั้นก็คงจะเป็นเวลาทีตนจะทำอาหารประเภทปิ้งย่าง แต่หากถ่าน 1 ถุงก็สามารถใช้ได้ยาวนาน ทำให้ไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อบ่อยๆ

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย ไม่มี เพราะสินค้าที่มีวางขายในร้าน นั้นตนถือว่าเคยซื้อมาหมดทุกอย่างแล้ว

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ถือว่าสนิทสนมกันดี เพราะตนรู้จักกับเจ้าของร้านมาเป็นสิบๆปีทำให้ไม่ใช่แค่ตนและเจ้าของร้านเท่านั้นที่สนิทสนมกันแต่ทั้งครอบครัวของตนและครอบครัวของเจ้าของร้านก็ถือว่าสนิทสนมกันอีกด้วย

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าร้าน เป็นร้านที่ช่วยอีกร้านหนึ่งในอีกหลายๆร้านที่อยู่ในชุมชน ที่จะแวะเวียนไปใช้บริการเป็นประจำแต่ไม่ใช่ว่าไปใช้บริการเพียงร้านเดียวเท่านั้น แต่ร้านอื่นๆก็ไปใช้บริการร่วมด้วย

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน 2. เจ้าของร้านนิสัยดี 3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก 4. สินค้าบางอย่างมีขายที่ร้านเท่านั้น เช่น ถ่าน เต่า น้ำมันรถ เพราะสินค้าเหล่านี้ที่ร้านอื่นๆที่ตั้งอยู่ในละแวกนี้ไม่มีขาย	- ไม่มี	1. มีร้านเซเว่นฯ มาเปิดให้บริการที่อยู่ไม่ไกลจากร้านมากนักทำให้ลูกค้าหันไปใช้บริการที่ร้านเซเว่นฯ เช่นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่มักเข้าร้านเซเว่นมากกว่า

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ทางร้านนำสินค้าแบบชิ้นใหญ่มาวางขายบ้างเพราะสินค้าที่มีวางขายที่ร้านมักจะเป็นสินค้าชิ้นเล็กๆ และเป็นสินค้าแบบแบ่งขายเท่านั้น
2. อยากให้ทางร้านเปิดไฟในส่วนพื้นที่ด้านในร้านให้สว่างมากขึ้นเพราะร้านจะดูมืด
3. อยากให้ร้านที่ช่วยร้านนี้และร้านอื่นๆยังคงอยู่กับชุมชนต่อไปเพราะ อยู่ด้วยกันมานาน ดังนั้นจึงไม่อยากให้ร้านนี้และร้านอื่นๆหายไปจากชุมชน

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมักจะแวะเวียนมาใช้บริการอยู่ที่ร้านกันเป็นประจำ
2. ความคุ้นเคย เพราะโดยส่วนมากแล้วลูกค้าแต่ละคนก็มักจะเข้าไปใช้บริการในร้านที่ตนคุ้นเคยมากกว่าร้านที่ตนเองไม่เคยเข้าไปใช้บริการเลย

3. ความสะดวกในการเดินทางเพราะโดยส่วนใหญ่แล้วร้านโชห่วยจะตั้งอยู่ใกล้บ้าน ซึ่งทำให้สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการเพราะในบางครั้งหากต้องการของใช้อะไรเพียงเล็กๆ น้อยๆ ก็ไม่อยากจะเดินทางไปไหนไกลดังนั้นตนก็จะเลือกที่จะไปซื้อสินค้าจากร้านที่ใกล้บ้านมากกว่า ซึ่งคิดว่าคนอื่นก็จะเป็นเช่นเดียวกัน

4. ร้านโชห่วยทุกร้านจะขายสินค้าแบบปลีกแบบชิ้นเล็กๆ เช่นมีน้ำมัน น้ำแข็ง และถ่านที่แบ่งใส่ถุงไว้ขายทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น

กรณีศึกษาที่ 7 (ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งคราว)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ : 21 ปี สถานภาพ : โสด

วุฒิการศึกษา : ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช) อาชีพ : พนักงานบริษัท

รายได้ส่วนตัว : เดือนละ 6,000 บาท เฉลี่ยต่อปี : 72,000 บาท

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา 6 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 400 เมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 10 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าจะใช้เวลาประมาณ 15 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงเวลา 18.00-20.00 นาฬิกา

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านทำให้สะดวกต่อการเดินทางเข้ามาใช้บริการ
2. ในบางวันร้านเปิดให้บริการจนถึงตอนดึกแต่ในขณะที่ร้านอื่นปิดบริการไปหมดแล้วซึ่งก็เหลือเพียงร้านเดียวที่ยังเปิดให้บริการทำให้ตนต้องเข้าไปซื้อสินค้าในร้าน
3. ความสนิทสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับลูกสาวเจ้าของร้าน (ในขณะนี้ได้เป็นผู้ดูแลในส่วนร้านขายของชำแทนบิดาที่เป็นเจ้าของร้าน) ดังนั้นจึงเกิดความเกรงอกเกรงใจกันเพราะหากจะไม่ไปซื้อสินค้าเลยก็จะรู้สึกไม่ดีเท่าไร

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ เบียร์ นูรี น้ำมันรถ สาเหตุที่ซื้อสินค้าเหล่านี้จากร้านบ่อยๆนั้นก็เพราะว่าเป็นเพียงร้านเดียวจากหลายๆที่ตั้งอยู่ในชุมชนที่ขายสินค้าเหล่านี้

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ ขนมขบเคี้ยวและน้ำอัดลม สาเหตุที่นานๆจะซื้อสินค้าเหล่านี้ก็เป็นเพราะว่าในบางครั้งขับรถผ่านแล้วรู้สึกอยากกินขึ้นมาจึงจะจอดรถซื้อเท่านั้น เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้อขนมและน้ำอัดลมที่ร้านเซเว่นๆมากกว่า

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ เครื่องปรุงรสในครัวเรือนเช่นน้ำมันพืช น้ำมันปลา และเครื่องใช้ส่วนตัวเช่นแป้งหรือน้ำหอม สาเหตุที่ไม่ซื้อสินค้าเหล่านี้เลยก็เป็นเพราะว่าตนมักจะซื้อสินค้าเหล่านี้จากห้างสรรพสินค้ามากกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน เปรียบเสมือนเครือญาติกันทั้งนี้เพราะครอบครัวตนและครอบครัวของเจ้าของร้านถือว่าเป็นคนในชุมชนเดียวกันทำให้มีความเกรงใจและเคารพต่อเจ้าของร้านเพราะถือว่าเป็นผู้ใหญ่อีกคนหนึ่ง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ไม่ถือว่าจำเป็นที่ตนจะไปซื้อสินค้าอยู่ทุกวันเพราะว่าร้านในชุมชนมีอยู่หลายร้านและหนึ่งในนั้นก็ยังมีร้านเซเว่นฯที่ตนไปใช้บริการบ่อยครั้งมากกว่า

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. มีสินค้าบางอย่างขายอย่างที่ร้านอื่นไม่มีเช่นเบียร์วิ้น 2. เจ้าของร้านอธยาศัยดี 3. มีของแถมเช่นหากตนซื้อเบียร์ทางร้านก็จะแถมน้ำแข็งให้ 4. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก 5. ร้านตั้งอยู่ใกล้โรงพยาบาลทำให้น่าจะมีลูกค้าชาวระแวกมาใช้บริการบ้าง	- ไม่มี	1. มีร้านประเภทเดียวกันตั้งอยู่ในละแวกเดียวกันอีกหลายร้านรวมทั้งมีร้านเซเว่นฯที่มาเปิดให้บริการในส่วนของด้านหน้าโรงพยาบาลซึ่งถือว่าเป็นทำเลที่อยู่ใกล้โรงพยาบาลและโรงเรียนมากกว่า

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้เพิ่มสินค้าที่ขายให้มากขึ้นกว่าเดิม และอยากให้มีหลากหลายยี่ห้อมากขึ้น
2. อยากให้ร้านจัดสินค้าทั้งในส่วนของด้านนอกและภายในร้านใหม่เพราะร้านดูแคบและรกแต่หากจัดสินค้าในร้านใหม่นั้นก็คงจะทำให้ร้านดูเป็นระเบียบขึ้น

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. เป็นเพราะร้านนี้มีลูกค้าประจำที่เป็นคนที่อยู่ในชุมชนแวะเวียนมาใช้บริการ มาซื้อของกันเป็นประจำและต่อเนื่องทำให้ทางร้านขายได้เรื่อยๆ
2. เนื่องจากร้านตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียนดังนั้นจึงมักจะมีเด็กๆมาซื้อขนมที่ร้านบ่อยๆ
3. ทางร้านมีกิจการโรงศพเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการค้าทำให้ทางร้านยังคงอยู่ได้

กรณีศึกษาที่ 8 (ลูกค้าที่นาน ๆ ครั้งจึงเข้ามาใช้บริการ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ : 65 ปี สถานภาพ : สมรส

วุฒิการศึกษา : ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อาชีพ : รับจ้างทั่วไป

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 2,000บาท เฉลี่ยปีละ 24,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา ประมาณ 30 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 300 เมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 15 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ ซื้อสินค้าและพูดคุย จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงเวลา ปายโมงเป็นต้นไป

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่แถวบ้านอีกร้านหนึ่ง ซึ่งในบางครั้งสินค้าที่ตนเองต้องการนั้นร้านที่อยู่ใกล้บ้านอีกร้านหนึ่งไม่มีสินค้าชิ้นนั้นดังนั้นจึงต้องไปซื้อสินค้าชิ้นนั้นที่ร้าน และสนิทสนมกับเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัว

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ ถ่านและไม้กวาด และขนมบ้างเล็กน้อยๆ

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ เต้า และโลงศพ ที่นานๆจะซื้อเต้าที่ร้านนี้ก็เพราะว่าเป็นสินค้าที่สามารถใช้ได้นานเรียกได้ว่าใช้ได้เป็นปี และในส่วนของโลงศพนั้นก็เพราะคนรู้จักไปซื้อทั้งนี้เพราะทางร้านจะลดราคาให้ตนเป็นพิเศษและยังจะได้คำแนะนำที่ตนพาคนไปซื้อโลงศพอีกด้วย

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ ข้าวของเครื่องใช้ภายในบ้านเช่น สบู่ แชมพู น้ำปลาน้ำตาล สาเหตุที่ตนจะไม่ซื้อเหล่านี้จากร้าน นั่นก็เป็นเพราะว่าตนมักจะซื้อสินค้าเหล่านี้ในปริมาณมากดังนั้นจึงมักจะไปซื้อสินค้าเหล่านี้ที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ถือว่าเป็นคนในชุมชนที่รู้จักกันมานานเป็นสิบๆปีจนเหมือนเป็นญาติ เรียกได้ว่ารู้จักกันทั้งบ้านอีกทั้งเจ้าของร้านก็เป็นคนชอบเข้าวัดทำบุญและช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชนบ่อยๆซึ่งตนก็มักจะเห็นครอบครัวของเจ้าของร้านที่วัดและตามงานบุญประเพณีของชุมชนอยู่บ่อยๆ

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าเป็นร้านหนึ่งในชุมชนที่มีสินค้าบางอย่างที่ตนเองต้องการวางขายแต่เพราะสินค้าจำพวกถ่าน ไม้กวาดและเต้าไฟจะมีวางขายที่ร้านเพียงแห่งเดียวเท่านั้น แต่หากจะซื้อสินค้าจำพวกของใช้ในครัวเรือนนั้นจะไปซื้อที่ห้างมากกว่าเพราะจะได้ซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. ใกล้บ้าน 2. มีเตา/ถ่าน/น้ำมันรถและไม้กวาดขายซึ่งเป็นเพียงร้านเดียวในละแวกนี้ที่ขาย 3. สะดวกรวดเร็วไม่ต้องเสียเวลารอคิวจ่ายราคาสินค้า 4. เจ้าของร้านอภยาศัยดีเป็นกันเองกับลูกค้า 5. ร้านตั้งอยู่ในชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก 6. มีโรงศพและอุปกรณ์แต่งโรงศพขายในร้าน	1. สินค้าที่วางขายในร้านมีแต่สินค้าที่เป็นชิ้นเล็กๆไม่มีแบบชิ้นใหญ่ขาย 2. มีร้านประเภทเดียวกันอยู่หลายร้าน	- ไม่มี

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ทางร้านเพิ่มสินค้าในร้านให้มากขึ้นคืออยากให้มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ
2. เปิดไฟในร้านให้มากกว่านี้เพราะร้านมืดทำให้หาสินค้ายาก

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ดี อยู่ติดกับถนนใหญ่ทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ตลอดเวลาและสะดวกต่อการพบเห็น
2. คนในชุมชนมาใช้บริการซื้อสินค้ากันเป็นประจำ
3. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านทำให้สะดวกต่อการเข้าถึงเพราะหาแค่ซื้อสินค้าเพียงไม่กี่อย่างก็คงไม่เดินทางไปห้างแต่ก็จะซื้อสินค้าจากร้านที่ตั้งอยู่ใกล้ๆบ้านมากกว่า
4. ร้านโซ่ช่วยขายสินค้าบางอย่างที่ห้างไม่มีขาย เช่น น้ำมันแบบแบ่งขวด เตา/ถ่าน/ไม้กวาด ขายเพราะสินค้าแบบนี้จะมีขายตามร้านขายสินค้าเฉพาะหรือที่ตลาดมากกว่า

กรณีศึกษาที่ 9-11 (ลูกค้ำร้าน ข. ร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นปานกลาง)

กรณีศึกษาที่ 9 (ลูกค้ำที่มาใช้บริการเป็นประจำ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ: ชาย อายุ 28 ปี สถานภาพ โสด

วุฒิการศึกษา: ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อาชีพ: ลูกจ้างประจำ

รายได้ส่วนตัว: รายได้ส่วนตัว 5,000 บาท ต่อเดือน 60,000 บาท ต่อปี

เป็นลูกค้ำของที่ร้าน 6-7 ปี และนอกจากตนเองจะเป็นลูกค้ำเองแล้วก็มีน้องชายอีกคนที่มักจะแวะมาซื้อผลไม้ดอง และน้ำอัดลมที่ร้านนี้บ่อยๆ ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ 2-3 ครั้ง ต่อ 1 วัน และเฉลี่ย 14-15 ครั้งต่อสัปดาห์

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 800 เมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 2 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 15 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วง 16.00-17.00 นาฬิกา

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. เพราะอภยาศัย ไมตรีของเจ้าของร้าน ที่มีความเป็นกันเองกับลูกค้ำ
2. ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าที่จะให้ลูกค้ำเดินเลือกดูสินค้า และหยิบสินค้าได้เอง โดยที่เจ้าของร้านจะไม่มีการเดินตามลูกค้ำ
3. ความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าของร้าน

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อประจำก็จะเป็น บุหรี่ ผลไม้ดอง และน้ำอัดลม ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วราคาสินค้าที่ซื้อในแต่ละครั้งจะมีราคาไม่เกิน 100 บาท เช่นหากเป็นบุหรี่ยี่ห้อก็จะซื้อที่ไม่เกินครึ่งละครึ่งซอง คิดเป็นเงินประมาณ 25 บาท

สินค้าที่นานๆ จะซื้อที ไม่มี

สินค้าที่ไม่ซื้อเลย ก็จะเป็นพวกสบู่ ยาสีฟัน ข้าวสาร อาหารแห้ง เพราะของเหล่านี้ส่วนมากจะไปซื้อที่ห้าง หรือร้านโชห่วยที่อื่นมากกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์กับเจ้าของร้าน ก็ถือเป็นลูกค้ำประจำที่จะต้องไปซื้อสินค้าทุกวัน จึงถือว่าสนิทสนมกันมาก ทั้งนี้เป็นเพราะเจ้าของร้านเป็นคนง่ายๆ สบายๆ ซึ่งให้ระดับความสัมพันธ์กับเจ้าของร้าน 80% จาก 100% เต็ม

ความสัมพันธ์ต่อร้านฯ ด้านของความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านนั้นคิดว่าเป็นเพราะความเคยชินที่พอผ่านก็ต้องแวะซื้อของเป็นประจำ

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. สามารถนั่งพักผ่อนที่ร้านได้ 2. เจ้าของร้านใจดี ไม่ดุค่า	1. ไม่ปล่อยสินค้า 2. ร้านแคบ และเล็ก 3. จัดของไม่เป็นระเบียบ	1. เนื่องจากพื้นที่ร้านเป็นแบบกึ่งร้านกึ่งที่พักอาศัย จึงไม่สามารถขยายร้านให้กว้างขึ้นได้

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ขยายร้านให้ใหญ่ขึ้นกว่าเดิม
2. มีชั้นวางของ และจัดข้าวของในร้านให้เป็นระเบียบ
3. มีตู้โชว์สินค้า
4. เพิ่มโต๊ะ เก้าอี้ บริเวณพื้นที่หน้าร้านให้มากขึ้นอีกซัก 2-3ชุด (ชุดละ 4ตัว) เพื่อให้มีที่นั่งให้มากขึ้นจากเดิมที่มีเก้าอี้อยู่เพียง 6-7 ตัว

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. สินค้าบางอย่างในห้างไม่มีของแถมมาให้ หรือจะมีของแถมมาให้ก็ยุ่งยากในการไปติดต่อรับของแถม
2. ผลไม้ดองในห้างฯ ไม่ค่อยอร่อย และไม่สะอาดเท่าไรนัก ซึ่งหากจะซื้อก็จะเลือกซื้อผลไม้ดองเหล่านี้จากร้านโซห่วยจะดีกว่า
3. ร้านโซห่วยบางร้านปล่อยสินค้าได้
4. หาที่จอดรถได้ง่าย เพราะถึงแม้ว่าห้างจะมีที่สำหรับให้จอดรถ แต่ก็มีรถเยอะ และรถติดในบริเวณลานจอดรถ อีกทั้งต้องไปจอดรถไกลออกไป เพราะที่จอดรถหายาก
5. การเดินทางไปมาสะดวก เพราะร้านโซห่วยส่วนมากก็มักจะติดกับถนนใหญ่

กรณีศึกษาที่ 10 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ 27ปี สถานภาพ โสด

วุฒิการศึกษา :ปริญญาตรี อาชีพ : ประกอบธุรกิจส่วนตัว

รายได้ส่วนตัว: รายได้ที่ได้โดยไม่หักค่าใช้จ่าย ประมาณ 10,000บาท แต่หากหักค่าใช้จ่ายก็จะเหลือประมาณ 6,000-7,000บาทต่อเดือน คิดรายได้เฉลี่ยต่อปี ประมาณ 120,000บาท

เป็นลูกค้าร้านนี้มาตั้งแต่เมื่อครั้งสมัยเรียนมัธยมตอนต้นมาจนถึงทุกวันนี้ รวมเป็นระยะเวลา15 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 200 เมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1-2 นาที และหารวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 5 นาที โดยรถจักรยานยนต์ ช่วงเวลาที่ไปซื้อสินค้าจะกำหนดไม่ได้ คืออยากได้สินค้าตอนไหนก็ไปซื้อสินค้าตอนนั้น

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

เพราะใกล้บ้าน สะดวกต่อการเดินทาง เพราะขับรถไปนิดเดียวก็ถึงแล้ว ใช้เวลาไม่นาน

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อประจำ เช่นสบู่ หรือจำพวกน้ำอัดลม เครื่องดื่มต่างๆ

สินค้าที่นานๆจะไปซื้อ และสินค้าที่ไม่ซื้อที่ร้านเลยนั้น จะไม่มีเลย เพราะหากจะซื้อของแต่ละครั้งนั้นก็ต้องมีจุดประสงค์ต่อสินค้าที่อยากได้อยู่แล้วจึงเดินทางไปซื้อ ดังนั้นจึงทำให้ไม่มีสินค้าประเภทที่นานๆ จะซื้อ และสินค้าที่ไม่ซื้อเลย

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ถือเป็นคนรู้จักกัน ความสัมพันธ์มีต่อร้าน ถือว่าในปัจจุบันก็มีไม่มากเท่าไรหรอก เพราะในปัจจุบันก็ไปซื้อสินค้าอีกร้านหนึ่ง ซึ่งอยู่ใกล้บ้านมากกว่า จึงทำให้ความผูกพันที่มีต่อร้านลดน้อยลงไปบ้าง แต่ก็ไม่ถึงกับว่าหายไปเลย เพราะก็ยังไปซื้อสินค้าที่ร้านอยู่

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
- คิดไม่ออกว่าคืออะไร เพราะก็เป็นเหมือนกับร้านขายของอื่นๆ โดยทั่วไป	- บรรยากาศมืด และอับ - การจัดวางของไม่เป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ยาก	- ไม่มี

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

อยากให้มีการจัดวางของให้เป็นระเบียบมากกว่านี้ เพื่อให้สะดวกต่อการหา และการซื้อขาย เพราะอย่างที่ได้อธิบายไปแล้วว่าร้านอับ ดังนั้นจึงอยากให้จัดสินค้าให้เป็นระเบียบมากกว่านี้

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. สินค้าที่ขายในห้างจะเป็นสินค้าที่ขายเป็นแพ็คเกจใหญ่ ยกตัวอย่างเช่น เบียร์ ซึ่งหากจะซื้อที่ห้างก็ต้องซื้อเป็นแพ็คเกจ แต่ถ้าไปซื้อที่ร้านโชห่วยก็จะสามารถซื้อแบบแบ่งขายได้
2. ร้านโชห่วยนั้นโดยทั่วไปแล้วจะอยู่ใกล้บ้าน อีกทั้งโดยส่วนตัวแล้วเป็นคนที่ชอบอะไรที่ง่ายๆ สบายๆ มากกว่า ซึ่งสินค้าบางอย่างก็ไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อเยอะ ดังนั้นหากจะซื้ออะไรที่เล็กๆ น้อยๆ นั้นหากซื้อที่ร้านโชห่วย นั้นก็ถือว่าสะดวกดี เพราะไม่ต้องเสียเวลาต่อคิวเข้าแถวรอจ่ายเงิน ดังนั้นเวลาจะไปห้างฯ ก็จะไปซื้อสินค้าที่เป็นแพ็คเกจใหญ่ที่ร้านโชห่วยไม่มีขายเท่านั้น

3. ความคุ้นเคยกันระหว่างลูกค้า และผู้ขาย ซึ่งโดยทั่วไปก็จะมีคามสนิทกันมาตั้งแต่เมื่อครั้งยังเป็นเด็ก ที่มักจะซื้อของใกล้บ้าน

กรณีศึกษาที่ 11 (ลูกค้าที่นาน ๆ ครั้งจึงมาใช้บริการ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ 26 ปี สถานภาพ โสด

วุฒิการศึกษา :ปริญญาตรี อาชีพ : ประกอบธุรกิจส่วนตัว

รายได้ส่วนตัว: 5,000บาทต่อเดือน รายได้เฉลี่ยต่อปีประมาณ 60,000บาท

เป็นลูกค้าที่ร้านนี้มาเป็น 18 ปีแล้ว คือเป็นลูกค้ามาตั้งแต่อายุ 8ขวบ และนอกจากตัวเองจะเป็นลูกค้าที่ร้านนี้แล้ว ก็จะมีคนในครอบครัวที่เป็นลูกค้าของร้านอีกเช่นกัน ความถี่ในการมาซื้อสินค้าประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 300 เมตร ใช้เวลา เดินไม่เกิน 5 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 15นาที โดยรถจักรยานยนต์

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

เมื่อครั้งตอนเป็นเด็ก ความเจริญยังไม่ทั่วถึงในบริเวณนี้ก็มีร้านโชห่วยอยู่ใกล้ๆบ้าน ที่เดินทางประมาณ 2-3นาทีก็ถึง แลในตอนนั้นก็นับว่าร้านโชห่วยร้านนี้มีสินค้าให้เลือกมากซึ่งถือว่า มีสินค้าครบทุกอย่าง แต่พอโตขึ้นความต้องการสินค้าต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป แต่สินค้านั้นร้านก็ไม่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงทำให้ในปัจจุบันไม่ค่อยได้ไปที่ร้านโชห่วยอีก เพราะแถวบ้านมีร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น และห้างสรรพสินค้ามาเปิด ก็ทำให้มีตัวเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ไปซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วยน้อยลง

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อประจำ คือ สุรา หรือบุหรี แต่ในบางครั้งก็จะซื้ออาหารแห้งบ้าง ในคราวเร่งด่วน เช่นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่จะซื้อได้ง่าย

สินค้าที่นานๆ จะซื้อ ก็เช่นผงซักฟอก ที่ในบางครั้งจะซักเสื้อ แต่ก็จะไม่ซื้อแบบกล่องใหญ่ โดยจะซื้อแบบเป็นซองเล็กๆ แทน

สินค้าที่ไม่ซื้อ จะเป็นสินค้าเครื่องสำอาง หรือสินค้าที่มีเยื่อหุ้ม เพราะเป็นสินค้าที่โชห่วยไม่มี หรือถ้าหากมีก็คงจะไม่ได้มีการดูแลสินค้าให้ดีเท่าไรนัก ดังนั้นจึงจะซื้อสินค้าเหล่านี้ที่ห้างดีกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

เปรียบได้เหมือนกับลูกค้าทั่วไป ก็คือไปซื้อสินค้าในบางเวลาที่ต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วน ไม่ถือว่าเป็นลูกค้าประจำเหมือนก่อน เพราะในขณะนี้ไม่มีตัวเลือกค่อนข้างเยอะ แต่หากเจอกันก็ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายกันเป็นปกติ

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. ใกล้บ้าน 2. สะดวกต่อการเดินทาง 3. สะดวกต่อการซื้อ 4. มีสินค้าให้เลือกเยอะ	1. มาตรฐานสินค้าลดลง 2. วัยรุ่นจับกลุ่มกันมากเกินไป เช่นกินเหล้า สูบบุหรี่ 3. ร้านคู่มือเกินไป	1. ปิดร้านเร็วเกินไป

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ร้านมีโต๊ะ และเก้าอี้ที่นั่งให้เป็นระเบียบมากกว่านี้ ซึ่งไม่ใช่วางเก้าอี้เกะกะในส่วนของพื้นที่หน้าร้านมากเกินไป ควรจะจัดที่นั่งในส่วนเขตพื้นที่บริเวณที่เยื้องออกไป
2. อยากให้ร้านดูสว่างขึ้น
3. สินค้าได้มาตรฐานเพิ่มขึ้นจากเดิม
4. อยากให้คงความเป็นกันเองนี้ไว้ เพื่อคงความเป็นร้านโชห่วยอีกต่อไป เพราะในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นห้างหรือร้านโชห่วยก็จะมีสินค้าที่ขายเหมือนกันดังนั้นจึงอยากให้ร้านโชห่วยคงความเป็นกันเองอย่างนี้ต่อไป เพราะความคุ้นเคย คุ้นชินกันเช่นนี้จะไม่ให้เห็นในห้างสรรพสินค้า

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. เพราะลูกค้าที่ไปซื้อสินค้าก็จะติดนิสัยเดิมๆ ตั้งแต่เด็ก คือ ใครเคยซื้ออะไรที่ไหนก็จะซื้อที่นั่น ถือว่าเป็นร้านประจำไปแล้ว
2. ราคาสินค้าไม่แพงจนเกินไป
3. มีสินค้าให้เลือกตามความต้องการ
4. ความสนิทสนมกันระหว่างลูกค้า และเจ้าของร้านโชห่วย
5. สินค้าที่มีในร้านขายได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ที่เด็กจะซื้อขนม วัยรุ่นซื้อเหล้า-บุหรี่

กรณีศึกษาที่ 12-14 ลูกค้าร้าน ค.(ร้านค้าในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นน้อย) ในเขตตำบล
ธาตุเชิงชุม)

กรณีศึกษาที่ 12 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ : 27 ปี สถานภาพ : โสด

วุฒิการศึกษา :ปริญญาตรี อาชีพ : ธุรกิจส่วนตัว

รายได้ส่วนตัว: หลังหักค่าใช้จ่ายจะเหลือรายได้ส่วนตัวเดือนละประมาณ 10,000 บาท เฉลี่ยปีละ
120,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมาประมาณ 5ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 20 ครั้งขึ้นไป
การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าที่ให้บริการจะอยู่อาคารพาณิชย์ที่มีคูหาติดกัน ใช้เวลา เดินทางประมาณ
1 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้า จะใช้เวลาประมาณ 5 นาที
โดยวิธีเดินเท้า ช่วงเวลาที่มาใช้บริการจะแบ่งออกเป็น 3ช่วงเวลาด้วยกันคือช่วงที่1 เวลา 09.00
นาฬิกา ช่วงที่ 2 เวลา 12.00 นาฬิกา โดย 2ช่วงเวลานี้สินค้าที่จะซื้อคือ น้ำอัดลม(น้ำโค้ก) และ
ช่วงเวลาที่ 3คือ 19.00-20.00 นาฬิกา สินค้าที่จะซื้อในช่วงนี้คือ นมครึ่งละ 3กล่อง โดยจะซื้อ
สินค้าเช่นนี้ทุกวัน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านทำให้ไม่ต้องเสียเวลามากนัก
2. ความสนิทสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับผู้ชายซึ่งถึงแม้ว่าละแวกเดียวกันจะมีทั้งร้าน
โชห่วยและร้านเซเว่นที่เปิดให้บริการแต่คนก็มักที่จะเลือกใช้บริการที่ร้านนี้มากกว่าทั้งนี้เพราะตน
มีความรู้สึกที่เจ้าของร้านเป็นคนใจดี/อธยาศัยดี มากกว่าเจ้าของร้านโชห่วยคนอื่นที่มีร้านตั้งอยู่
ในละแวกเดียวกัน
3. สินค้าที่ซื้อเป็นประจำนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องเดินทางไปซื้อที่ไหนไกลๆก็ได้เพราะโดย
ส่วนมากนั้นตนก็จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มเช่นน้ำอัดลมและนมเท่านั้น

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ น้ำอัดลม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซอสปรุงรส น้ำยาล้างจานและ
กระดาษชำระ สาเหตุที่ตนมักจะซื้อสินค้าเหล่านี้บ่อยๆนั้นก็เพราะว่าเป็นสิ่งที่ดื่มและใช้เป็น
ประจำจึงทำให้สินค้าเหล่านี้มักจะหมดเร็วกว่าของประเภทอื่นๆ

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ สบู่ ที่นานๆจะซื้อสบู่สักครั้งนั้นก็เพราะมักจะซื้อสบู่ใน
ปริมาณที่มากมาเก็บไว้คือจะซื้อคราวละประมาณ 1โหลดังนั้นจึงไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อบ่อยๆ

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย ครีมทาผิว ทั้งนี้เพราะครีมทาผิวที่ทางร้านนำมาขายนั้นไม่มี
ยี่ห้อที่ใช้

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน สนิทสนมกันดีเป็นเหมือนพี่เหมือนน้องกัน ทั้งนี้เพราะตน
และเจ้าของร้านถือว่าเป็นคนบ้านใกล้เรือนเคียงกันอยู่ด้วยกันมานานทั้งนี้ก็ประมาณ 5 ปีแล้วที่ตน
มาเปิดร้านถ่ายภาพที่อาคารพาณิชย์แถวเดียวกันกับร้านโซห่วย ซึ่งตนถือว่าเจ้าของร้านโซห่วย
ร้านนี้เป็นเจ้าของร้านที่มีอัธยาศัยดีที่สุดในบรรดาเจ้าของร้านโซห่วยที่เปิดให้บริการทั้งหมดใน
ละแวกนี้

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าเป็นร้านหนึ่งในอีกหลายๆร้านที่ตั้งอยู่ในชุมชนแต่ตนก็
จะมีความรู้สึกที่ชอบเข้าไปซื้อสินค้าที่ร้านโซห่วยแห่งนี้มากกว่าร้านอื่นๆเพราะว่าเวลาเข้าไปใน
ร้านแล้วจะรู้สึกอบอุ่นและสบายใจมากกว่าร้านอื่นๆ

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. เดินทางเข้าออกสะดวกเรียกได้ว่า เข้าไปใช้บริการด้านหน้าร้านแต่ สามารถเดินออกด้านหลังร้านได้ 2. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน 3. ร้านตั้งอยู่ติดถนนใหญ่สะดวกต่อ การพบเห็น 4. เจ้าของร้านใจดี	- ไม่มี	1. เจ้าของร้านเป็นคนไม่ค่อย กระตือรือร้นต่อการทำงาน เท่าไรนัก

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ทางร้านตกแต่งร้านใหม่เพื่อให้ดูดีเพิ่มมากขึ้นเพราะร้านโซห่วยแถวนี้มีมาก
หากทำร้านไม่สะอาดตาต่อผู้พบเห็นก็จะไม่ค่อยเรียกลูกค้าเข้าร้านได้มากนัก
2. จัดระบบของการบริการใหม่ให้สะดวกและรวดเร็วขึ้นซึ่งจะทำโดยการเพิ่มพนักงานขาย
ในร้านให้มากขึ้นอีกสัก1คน
3. อยากให้เจ้าของร้านกระตือรือร้นในการทำงานมากกว่านี้เพราะตอนนี้รู้สึกที่เจ้าของ
ร้านไม่ค่อยตั้งใจในการประกอบอาชีพมากเท่าไรนักเพราะได้ยินมาว่าเจ้าของร้านไม่ค่อยอยากขาย
ของแล้ว

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ความผูกพันระหว่างลูกค้ากับร้านที่ซื้อสินค้าเป็นประจำทั้งนี้เพราะหากว่าเราเข้าไปใช้
บริการที่ร้านได้ร้านหนึ่งบ่อยๆแล้วนั้นเราก็มักจะเข้าไปใช้บริการเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง

2. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านทั้งนี้ลูกค้ามักจะอาศัยความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการมากกว่า เพราะหากจะซื้อสินค้าเพียงแค่อินหรือสองชิ้นอย่างเช่นน้ำโค้กหรือนมกล่องนั้นตนก็ไม่อยากเดินทางไปไหนไกลๆ ดังนั้นจึงเข้าไปใช้บริการที่ร้านโชห่วยแทนซึ่งตนก็คิดว่าลูกค้าคนอื่นก็จะเป็นเช่นเดียวกันกับตน

3. สินค้าแบบปลีกที่วางขายในร้านโชห่วยนั้นจะมีราคามีราคาขายที่ถูก

กรณีศึกษาที่ 13 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ : 27 ปี สถานภาพ : โสด

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และกำลังศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี

อาชีพ : ธุรกิจส่วนตัว (รับเหมาทำประปา)

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 7,000 บาท เฉลี่ยปีละ 84,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา ประมาณ 6ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง เพราะ ส่วนใหญ่จะเดินทางมารับพี่สาวที่ทำงานอยู่ใกล้ๆบริเวณนี้และทำให้แวะซื้อสินค้าเล็กๆ น้อยๆที่ร้านนี้อยู่เสมอ

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างกันประมาณ 5 กิโลเมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 15 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้า จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถจักรยานยนต์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ15.30-17.30 นาฬิกา เพราะในช่วงเวลาที่มารับพี่สาวและเป็นเวลาที่ไม่ค่อยมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากนักทำให้สะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน และสถานศึกษาในปัจจุบัน ทำให้สะดวกต่อการเดินทางโดยเฉพาะเวลาหลังเลิกเรียนทั้งนี้เพราะไม่ชอบเดินทางไปซื้อสินค้าไกลจากสถานศึกษา

2. สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่ที่ใช้ประจำมักจะมีวางขายที่ร้านนี้

3. การบริการของเจ้าของร้านดี เพราะตนเป็นลูกค้าที่ค่อนข้างมีเวลาในการเลือกซื้อสินค้าน้อย ดังนั้นเมื่อเดินทางมาถึงร้านแล้วนั้นก็สั่งเจ้าของร้านทันทีว่าสินค้าที่ต้องการมีอะไรบ้าง แล้วทางเจ้าของร้านก็จะสั่งพนักงานร้านให้จัดสินค้ามาให้ ทำให้สะดวกรวดเร็วและไม่เสียเวลามากนัก

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ กาแฟ เครื่องดื่มชูกำลัง สบู่ ยาสีฟัน จำพวกข้าวของเครื่องใช้ส่วนตัว โดยเฉลี่ยแล้วจะมีรายจ่ายแต่ละครั้งประมาณ 100-150 บาท ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับปริมาณ

หรือขนาดของสินค้า และสาเหตุที่ทำให้มาซื้อสินค้าที่ร้านนี้ก็คือ ร้านโชห่วยแถวบ้านจะไม่ค่อยมีสินค้าเหล่านี้ขายนักทำให้ต้องเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านนี้แทน

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ หนังสือ หรือนิตยสารต่างๆ โดยจะซื้อหนังสือที่ร้านก็ต่อเมื่อได้มีการพบเห็นหนังสือเล่มนั้นโดยบังเอิญหรือซื้ออ่านเพื่อฆ่าเวลาแบบเอาหนังสืออะไรก็ได้ไม่ต้องคิดอะไรมากมากกว่า ทั้งนี้เพราะมักจะซื้อจากร้านขายหนังสือโดยตรง เพราะจะมีให้เลือกหลากหลายประเภทมากกว่า

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ สินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว เช่น ขนมถุง ลูกอมต่างๆ เพราะสินค้าเหล่านี้สามารถหาซื้อได้ทุกร้าน และราคาที่ขายก็ไม่แตกต่างกันมากนัก

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน กับเจ้าของร้านนั้นโดยส่วนตัวแล้วก็ถือว่าคุ้นเคยกันดีในฐานะของลูกค้าคนหนึ่ง แต่คงจะไม่ได้สนิทสนมถึงขั้นจะมานั่งคุยสาระทุกข์สุขดิบกันได้ เพราะโดยส่วนตัวแล้วจะใช้เวลาเพียงไม่นานในการซื้อสินค้า แต่อาศัยว่าคุ้นเคยเพราะมาใช้บริการบ่อยๆ เท่านั้น

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ถือว่าเป็นลูกค้าประจำของร้าน ซึ่งร้านนี้ถือว่ามีจุดที่น่าประทับใจที่สุดนั้นก็คือในเรื่องของการบริการ เพราะเมื่อเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านนั้นก็มักจะเดินไปบอกกับเจ้าของร้านว่าต้องการอะไรบ้าง ซึ่งทางร้านก็จะจัดสินค้าที่ต้องการมาให้โดยที่ไม่ต้องเสียเวลามากนักในการเลือกซื้อ

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> มีพัดในร้านค้า มีการบริการที่ดีมาก สะดวกรวดเร็วในการจับจ่ายสินค้า มีที่วางกระเป๋านำหน้าร้าน 	<ol style="list-style-type: none"> อยู่ไกลบ้าน ไม่ปล่อยให้ซื้อ ร้านเล็กและแคบ ปล่อยให้สัตว์เลี้ยงวิ่งเล่นภายในร้าน ไม่มีที่โต๊ะเก้าอี้นั่งไว้บริการ 	<ol style="list-style-type: none"> เจ้าของร้านไม่ควรเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเลี้ยงภายในร้านด้วย เพราะลูกค้าบางรายอาจจะไม่ชอบสัตว์เลี้ยงทำให้ไม่กล้าเข้าในร้าน เพราะบางครั้งสุนัขที่เจ้าของร้านเลี้ยงไว้ก็จะส่งเสียงเห่า เหมือนจะกัดลูกค้าทำให้ลูกค้าไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ ร้านโชห่วยในละแวกนี้ค่อนข้างมีมากทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกใช้บริการมาก อีกทั้งไปไม่เท่าไรก็มีร้านเซเว่นเปิดให้บริการถึง3ร้าน ทำให้ลูกค้าบางรายที่เดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านไม่ทันเวลาเดินทางเข้าไปใช้บริการที่ร้านเซเว่นแทน

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

- อยากให้ทางร้านติดพัดลมในร้านเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะระบายอากาศได้ดีขึ้น เพราะร้านดูอับ
- ควรที่จะแยกสัตว์เลี้ยงไปเลี้ยงที่ด้านหลังบ้านแทน

3. มีโต๊ะ-เก้าอี้ให้ลูกค้าได้นั่งหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าได้นั่งรอเพื่อน หรือนั่งรอรถโดยสารประจำทางหลังจากที่ออกมาจากชื่อของที่ร้าน

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าที่ชอบความสะดวกสบายให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านได้
2. โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เป็ลูกค้าประจำก็มักจะได้ของขวัญ/ของสมนาคุณ ในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน วันเด็ก ก็มักจะได้ของเล่นต่างๆฝากลูกฝากหลาน ซึ่งตรงนี้ก็ น่าจะเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
3. สินค้าที่ขายในร้านมีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ เช่น ร้านขี้จะมีไม่กวาดขาย แต่ร้านโซห่วยในละแวกที่ใกล้เคียงกันจะไม่มีขาย
4. พนักงานของร้านนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลูก/หลานของเจ้าของร้านเอง ดังนั้นจึงทำให้เจ้าของร้านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการว่าจ้าง

กรณีศึกษาที่ 14 (ลูกค้าที่นาน ๆ ครั้งจึงมาใช้บริการ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ : 23 ปี สถานภาพ : สมรส

วุฒิการศึกษา : ขณะนี้กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น ปวส อาชีพ : นักศึกษา

รายได้ส่วนตัว : เดือนละ 6,000บาท เฉลี่ยปีละ 72,000 บาทต่อปี จากผู้ปกครอง

เพิ่งจะเริ่มเข้ามาใช้บริการที่ร้านนี้ เพราะเพิ่งเดินทางเข้ามาศึกษาที่สถานศึกษาที่อยู่ในละแวกนี้ ซึ่งก็มาใช้บริการที่ร้านนี้ประมาณ 1ปีได้ ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างกันประมาณ 6 กิโลเมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 10 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้า จะใช้เวลาประมาณ 20 นาที โดยรถจักรยานยนต์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการจะอยู่ในช่วง 13.30-18.00น เพราะเป็นเวลาหลังเลิกเรียน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

สาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านนี้ก็เพราะเพื่อนๆบอกว่าการบริการของร้านนี้มีเอกลักษณ์ตรงที่ไม่ต้องเสียเวลาในการเลือกซื้อ เพราะแค่เดินเข้าไปแล้วแจ้งความต้องการกับเจ้าของร้านว่าต้องการสินค้าประเภทไหน อะไรบ้างเท่านั้น ไม่นานรายการสินค้าที่สั่งไปก็จะนำมาวางให้ ทำแค่เพียงการรอจ่ายตังค์เท่านั้น ดังนั้นจึงทำให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านนี้ เพราะโดยส่วนตัวแล้วตนชอบร้านที่มีบริการเช่นนี้ แต่ในบางครั้งการที่ให้ทางร้านหยิบสินค้าให้ก็มีข้อผิดพลาดบ้าง เช่นเรื่องของสินค้าหมดอายุ และขนาดของสินค้า ซึ่งตรงนี้จะมผลในเรื่องของราคาสินค้าด้วย แต่ข้อดีก็คือสามารถเปลี่ยนสินค้าคืนได้

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ อาหารแห้ง-อาหารกระป๋อง เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง เพราะสะดวกต่อการบริโภค และสินค้าที่ซื้อบ่อยๆอีกประเภทนั้นก็จะจะเป็นข้าวของเครื่องใช้ต่างๆแบบไม่เจาะจงซึ่งทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าข้าวของเครื่องใช้ภายในบ้านพัก

สินค้านานๆจะซื้อ คือ ถ่านไฟฉาย แบตเตอรี่ และอุปกรณ์ที่ใช้การเรียน ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ได้นาน ทำให้ไม่ต้องซื้อสินค้าเหล่านี้บ่อยๆ ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะใช้ได้นานประมาณ 6เดือนถึง1ปีถึงจะได้ซื้อใหม่อีกครั้ง

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ สุรา เพราะเนื่องจากช่วงเวลาที่ตนจะตั้งวงดื่มสุรานั้นก็จะเป็นช่วงเวลาที่ร้านปิดบริการไปแล้ว

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน สำหรับตนแล้วถือว่าเป็นลูกค้าประจำของร้าน เพราะตนมาซื้อสินค้าที่ร้านนี้เป็นประจำ แต่ก็ไม่ได้ถือว่าสนิทสนมกับเจ้าของร้านมากเท่าไรนัก เพราะโดยส่วนมากแล้วพอไปถึงร้านก็จะสั่งรายการสินค้าที่ต้องการและเมื่อได้สินค้าแล้วจะจ่ายค่าสินค้าและเดินทางออกจากร้านทันทีทำให้ไม่ค่อยได้พูดคุยกับเจ้าของร้านมากนักแต่หากจะพูดคุยก็คงจะเป็นการไถ่ถามสารทุกข์สุขดิบกันมากกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ความสะดวกที่ร้านตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษา ทำให้สะดวกในเรื่องของการเดินทาง และความสะดวกในเรื่องของเวลาเพราะตั้งอยู่ใกล้ที่พัก

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. ร้านตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ (ถนนสายสกล-อุดร) 2. มีที่จอดรถ 3. ร้านตั้งอยู่ห่างจากจุดตรวจของตำรวจที่ตรวจจับผู้ขับซัดทุกประเภท 4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทเรียกได้ว่าครบตามความต้องการ	1. มีการเลี้ยงสัตว์ภายในร้าน 2. ไม่มีการตรวจเช็ควันหมดอายุของ สินค้าที่วางขายในร้าน	1. ในละแวกนี้มีร้านโชห่วยตั้งอยู่ด้วยกันหลายร้านและบางร้านก็เปิดให้บริการจนถึงช่วงดึกๆทำให้ร้านเสียโอกาสในการให้บริการต่อลูกค้าเพราะลูกค้าจะรู้เวลาเปิด-ปิดของแต่ละร้านทำให้หากต้องการสินค้าในช่วงดึกๆ จะต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าอื่นที่ปิดดึกกว่า เพราะที่สำคัญเวลาเลิกเรียนของนักเรียนแต่ละคนก็ไม่แน่นอนจึงทำให้บางครั้งต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านอื่นอยู่บ่อยๆ

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้เพิ่มโต๊ะ-เก้าอี้สำหรับลูกค้าด้านหน้าร้านหลังจากที่เข้าไปใช้บริการที่ร้านซึ่งอาจจะเป็นการดี หากร้านมาเก้าอี้ให้หนึ่งเพราะนั้นจะทำให้มีลูกค้าที่มานั่งรอรถโดยสารประจำทางเข้ามาใช้บริการได้อีกต่อหนึ่ง
2. ควรแยกสัตว์เลี้ยงไปเลี้ยงในพื้นที่ส่วนอื่นที่ไม่ชนสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงในพื้นที่มีสินค้าวางขายเพราะจะดูสกปรกหรือลูกค้าบางคนอาจจะกลัวไม่กล้าเข้ามาใช้บริการในร้าน
3. ควรเพิ่มน้ำดื่มเพื่อไว้บริการลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการที่ร้าน ทั้งนี้ลูกค้าบางคนเดินทางมาไกลก็อาจจะหิวน้ำ แต่หากเมื่อทางร้านมีน้ำบริการเสริมไว้ให้ลูกค้าตรงนี้ก็จะเป็นเหมือนการแสดงความเอื้อเฟื้อต่อผู้อื่นทำให้ร้านน่าเข้าไปใช้บริการมากขึ้น

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการที่รวดเร็วมาต้องเดินเลือกหาสินค้าเองได้ เพราะเนื่องจากเป็นผู้ขายดังนั้นจึงไม่ชอบหากจะต้องเดินเลือกซื้อสินค้าเองเพราะจะทำให้เสียเวลา
2. สินค้าที่วางขายในร้านมีหลายประเภท ตั้งแต่บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไปจนถึงไม้กวาดเรียกได้ว่ามาที่ร้านนี้ร้านเดียวก็ได้สินค้าครบตามความต้องการ
3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่จะมีทั้งลูกค้าที่อาศัยอยู่ละแวกใกล้ๆที่แวะเวียนมาใช้บริการเป็นประจำและลูกค้าชาวจังหวัดขอนแก่นและเข้ามาใช้บริการเพราะร้านจะตั้งอยู่ติดถนนใหญ่สามารถพบเห็นได้ง่าย

กรณีศึกษาที่ 15-17 ลูกค้าร้าน ง. (ร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินหนาแน่นน้อย) ในเขตตำบลธาตุนาเวง

กรณีศึกษาที่ 15 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ 25 ปี สถานภาพ สมรส

วุฒิการศึกษา : ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อาชีพ : พนักงานบริษัท

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 6,000 บาท เฉลี่ยปีละ 72,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา ประมาณ 3 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 1 กิโลเมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 10 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้า จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงหลัง 16.30-18.00 นาฬิกา

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านทำให้สะดวกต่อการเดินทางมาก
2. การเลือกซื้อสินค้าก็สะดวก ไม่มีเจ้าของร้านคอยเดินตาม หรือคอยระแวงว่าลูกค้าจะขโมยสินค้าอะไร
3. ความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าของร้านทั้งนี้เพราะเจ้าของร้านเป็นคนอัธยาศัยดี ไม่จู้จี้ขี้ปอน ไม่ต่อว่าลูกค้าที่เข้ามาแล้วไม่ซื้อสินค้าที่ร้าน

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ ขนมขบเคี้ยวเสียเป็นส่วนใหญ่ และที่เดินทางมาซื้อที่นี้ก็เป็นเพราะมีความชอบอัธยาศัยเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัว อีกทั้งขนมที่วางขายในร้านก็มีให้เลือกทั้งห่อเล็กห่อใหญ่ ซึ่งตนเองก็มักจะซื้ออย่างละห่อ 2 ห่อ และซื้อหลายๆชนิด จึงทำให้ชอบมาซื้อขนมที่ร้าน

สินค้าที่นานๆจะซื้อ และสินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลยนั้น จะไม่มี เพราะหากจะซื้อสินค้าประเภทอื่นนั้นก็มักจะไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้าหรือซื้อที่ตลาดมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นอาหาร หรือเครื่องใช้ของอย่างอื่น เช่น สบู่ ผงซักฟอก หรือยาสีฟัน เพราะหากไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้าก็จะซื้อสินค้าแบบห่อ/กล่องใหญ่ซึ่งจะทำให้ได้ซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อตามร้านโชห่วย อีกทั้งยังมีให้เลือกหลายยี่ห้อมากกว่า และหากซื้อมากอาจจะได้ของแถมกลับมาด้วย

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ถือว่าเป็นลูกค้าประจำที่สนิทสนมกันมาก ทั้งนี้เพราะไปซื้อสินค้าบ่อยๆ และเป็นลูกค้าของที่ร้านมาหลายปีแล้ว จึงค่อนข้างที่จะสนิทสนม/คุ้นเคยกับเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัว

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ หากอยากได้อะไรก็มักจะคิดถึงร้านนี้ก่อนร้านอื่นเสมอหากผ่านที่ร้านก็ต้องแวะซื้อ ทั้งนี้ก็เพราะสินค้าที่มีขายในร้านมีให้เลือกมากพอ และมักจะตรงกับความต้องการเสมอ ซึ่งถึงแม้ร้านจะไม่ใหญ่โตและมีสินค้าเลือกไม่มากเท่ากับที่ห้างสรรพสินค้า

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. เจ้าของร้านใจดี/พูดจาดี 2. มีสินค้าให้เลือกมากพอสำหรับการดำรงชีวิต 3. ใกล้บ้าน	1. ไม่ค่อยมีสินค้า 2. ร้านคับแคบและเล็ก 3. ไม่มีพื้นที่ว่างเพื่อจอดรถและตั้งโต๊ะ-เก้าอี้	1. เนื่องจากร้านอยู่ติดกับริมถนนและอยู่ในแหล่งชุมชนจึงทำให้มีรถสัญจรไป-มา มาก และมักจะมีรถจอดมาก จึงทำให้ถนนแถวหน้าร้านดูแออัด

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้ขยายร้านให้กว้างกว่าเดิมที่เป็นอยู่ ซึ่งจะทำให้ร้านดูไม่แคบ และดูอบอุ่น
2. ทางร้านควรจัดสินค้าให้เป็นระเบียบมากกว่านี้ ซึ่งหากจัดสินค้าให้ดูเป็นระเบียบจะทำให้ร้านดูโล่งขึ้น และอาจจะไม่ต้องขยายร้านก็ได้

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. สินค้าที่มีขายที่ร้านไซห่วยโดยมากนั้นมักจะเป็นสินค้าชิ้นเล็กๆแบบแบ่งขายได้ เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการซื้อแบบห่อใหญ่ๆที่มีขายตามห้างสรรพสินค้า
2. ร้านไซห่วยนั้นมักจะต้องอยู่ใกล้บ้านเสมอๆ คือเดินทางไปไม่กี่นาทีก็ถึงแล้ว
3. ราคาสินค้าที่มีขายที่ร้านไซห่วยนั้นราคาไม่แพง ซึ่งก็มักจะขายตามราคาของบริษัทผู้ผลิตกำหนดมาแล้วเท่านั้น
4. ความคุ้นเคยกับสถานที่ และผู้ขาย คือตามปกตินิสัยของมนุษย์แล้วนั้นหากคุ้นเคยอะไรก็มักจะทำอะไรซ้ำๆเสมอ ซึ่งก็เหมือนกับการซื้อสินค้าที่เราเคยไปซื้ออะไรที่ไหนก็มักจะไปซื้อที่นั่นตลอด
5. บรรยากาศภายในร้าน เพราะโดยมากแล้วลูกค้าที่ไปซื้อสินค้าที่ร้านหากเป็นลูกค้าประจำที่คุ้นเคยกับเจ้าของร้านก็มักจะมีเรื่องพูดเรื่องคุยกันอยู่เสมอ ถึงแม้ไม่มีก็ต้องทักทายถามไถ่กันบ้างไม่มากนัก

กรณีศึกษาที่ 16 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ 22 ปี สถานภาพ โสด

วุฒิการศึกษา : มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 อาชีพ : รับจ้างทั่วไป

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 4,000 บาท เฉลี่ยปีละ 48,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา ประมาณ 2 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 800 เมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 3 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ ซื้อสินค้าและพูดคุย จะใช้เวลาประมาณ 10-15 นาที โดยรถจักรยานยนต์ หรือ จักรยาน บ้างในบางครั้ง โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงหลัง 16.00-17.00 นาฬิกา

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

ใกล้บ้าน และที่ร้านมีสินค้าให้เลือกครบตามความต้องการ แต่สาเหตุที่มาใช้บริการร้านนี้ บ้างก็เป็นเพราะว่าสินค้าที่ซื้อจะเป็นจำพวกของใช้ส่วนตัว และขนมเท่านั้นจึงทำให้ไม่อยากเดิน

ทางไกลมากนัก อีกทั้งในละแวกนี้ก็มีร้าน เซเว่น-อีเลฟเว่นมาเปิดให้บริการใกล้ๆร้าน ซึ่งก็ทำให้ในตอนนี้มีตัวเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ โรยอนซ์ น้ำหอม/โคโลญจน์ และแป้ง ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะเป็นสินค้าส่วนตัวที่ซื้อใช้คนเดียว ก็จะซื้อคราวละชิ้น2ชิ้น

สินค้าที่นานๆจะซื้อ และที่จะไม่ซื้อเลยนั้นจะไม่มี ทั้งนี้ก็เพราะว่าสินค้าที่จะซื้อที่ร้านนั้นคือสินค้าจำพวกโรยอนซ์ น้ำหอม/โคโลญจน์ และแป้ง เท่านั้น นอกจากนี้โดยส่วนตัวก็ไม่ค่อยได้ซื้ออะไรมาก อาจจะมีบ้างก็จำพวกน้ำอัดลม หรือเครื่องดื่มชูกำลังบ้าง เพราะสินค้าเหล่านี้จะซื้อที่ไหนก็ได้ อยากดื่มตอนไหนก็ซื้อที่ร้านไหนก็ได้ที่ใกล้ที่สุดในขณะนั้น

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ถือว่าสนิทสนมคุ้นเคยกันดี เพราะโดยส่วนตัวก็ถือว่าเป็นคนรู้จักกันอยู่แล้ว จึงทำให้มาซื้อสินค้าที่ร้านนี้บ่อยกว่าที่ร้านอื่นๆ

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าเป็นร้านที่มาบ่อยร้าน ซึ่งทั้งนี้ก็มาจากการที่รู้จักกับเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัวจึงทำให้ต้องคิดถึงร้านนี้ก่อนเสมอหากจะซื้อข้าวของเครื่องใช้ส่วน

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. เจ้าของร้านพูดจาดี และเป็นกันเอง 2. สามารถเดินเลือกสินค้าได้เองตามใจชอบ 3. สินค้าที่ขายในร้านมีให้เลือกหลากหลายประเภท 4. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และในชุมชนก็มีผู้คนอาศัยอยู่มาก 5. ร้านตั้งอยู่ติดริมถนนใหญ่ทำให้สะดวกต่อการพบและเข้าถึง 6. การเดินทางไปที่ร้านสะดวก สามารถเดินทางไปที่ร้านได้หลายเส้นทาง	1. พื้นที่ภายในร้านคับแคบ 2. การจัดวางสินค้าภายในร้านยังไม่เป็นระเบียบ 3. ไม่มีที่จอดรถต้องอาศัยการจอดรถตามริมถนน	1. เนื่องจากเจ้าของร้านได้ตัดแปลงบ้านมาเป็นร้านค้า จึงทำให้ร้านดูคับแคบ เพราะไม่สามารถขยายพื้นที่ร้านได้

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

อยากแนะนำให้ร้านมีเครื่องปรับอากาศ เพราะร้านจะได้เย็นขึ้น และเปิดไฟให้มากกว่านี้ เพราะในบางครั้งร้านก็ดูมืดๆ อับๆ

ข้อควรปรับปรุง คือ อยากให้ทางร้านจัดสอนคำให้เป็นระเบียบมากกว่านี้ เพราะสินค้าที่ร้านดูรกๆ ยังดูไม่เป็นระเบียบเพียงพอ

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ร้านโชห่วยส่วนมากนั้นมักจะขายสินค้าแบบแบ่งขายและเป็นสินค้าชิ้นเล็กๆ ซึ่งไม่เหมือนสินค้าที่ขายที่ห้างสรรพสินค้าที่จะขายสินค้าที่เป็นแบบแพ็ค และเป็นสินค้าชิ้นใหญ่ๆ เช่น แชมพู ที่ร้านโชห่วยมักจะมีที่เป็นชนิดของชาย ของละ 2 บาท แต่ที่ห้างนั้นก็ขายแบบยกแผง แชมพูของ ไม่มีการขายแบบประเภทที่ละซอง 2 ซอง
2. ร้านโชห่วยทุกร้านจะอยู่ในแหล่งชุมชนทั้งสิ้น จึงทำให้ร้านเหล่านี้มักจะมีลูกค้าซึ่งเป็นคนในชุมชนเข้ามาใช้บริการ เพราะโดยส่วนมากแล้วลูกค้าแต่ละคนก็จะอาศัยความสะดวกในการเดินทาง
3. ความสนิทสนมคุ้นเคยระหว่างลูกค้ากับผู้ค้าที่มักจะทำให้ลูกค้ามักจะเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านโชห่วยใกล้บ้านเสมอ

กรณีศึกษาที่ 17 (ลูกค้าที่นาน ๆ ครั้งจึงมาใช้บริการ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ 23 ปี สถานภาพ โสด

วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี อาชีพ : พนักงานห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 4,000 บาท เฉลี่ยปีละ 48,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้านมา ประมาณ 4 ปี ความถี่ในการมาซื้อสินค้า เฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 300 เมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 5 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ ซื้อสินค้าและพูดคุย จะใช้เวลาประมาณ 15 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงหลัง 18.00 นาฬิกาเป็นต้นไป

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

พักอาศัยอยู่ในละแวกนี้ และร้านนี้ก็ถือว่าเป็นร้านที่ใกล้บ้านและมีสินค้าให้เลือกมาก อีกทั้งแต่ก่อนความเจริญก็ยังมีไม่มากนัก คือห้างสรรพสินค้ายังไม่มาเปิดให้บริการ มีเพียงซูเปอร์มาร์เกตที่เปิดในเมืองเพียงนั้น เลยเลือกมาใช้บริการที่ร้านแห่งนี้ และเนื่องจากในปัจจุบันมีร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นมาเปิดให้บริการหลายสาขาอยู่ทั่วเมืองซึ่งร้านสะดวกซื้อเหล่านี้ก็เข้าไปใช้บริการได้สะดวกดี สินค้าดูสดใหม่น่าซื้อ ซึ่งนี่ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ไปใช้บริการที่ร้าน ลดน้อยลง แต่ถ้าหากจะไปซื้อสินค้าที่ร้าน นั่นก็จะเป็นการมาซื้อสินค้าที่ต้องการใช้ด่วนในขณะที่ตนเองอยู่บ้าน ซึ่งก็ถือเอาความสะดวกที่มีร้านอยู่ใกล้บ้าน

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ ขนมขบเคี้ยว ผ่าอนามัย สบู่/แชมพูสระผม ซึ่งสาเหตุที่ซื้อสินค้าเหล่านี้ก็เป็นเพราะว่าสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ต้องกินต้องใช้เป็นประจำ แต่ก็ไม่ถึงกับจะต้องซื้อทีละมากๆ เพราะเช่นขนมก็ซื้อทีละซอง2ซอง ส่วนผ่าอนามัย สบู่ และแชมพูนั้น เช่นกัน เพราะเนื่องจากบางทีก็ลืมซื้อสินค้าเหล่านี้ก็กลับมาจากห้างบ้าง และหากจะเดินทางกลับไปซื้อก็ซื้อทีเดียวซะเลยไปซื้อสินค้าอีกครั้ง ดังนั้นจึงตัดสินใจซื้อที่ร้านให้ดีกว่า เพราะใกล้บ้านดี และซื้อมาใช้แบบฉุกเฉินเท่านั้น(แบบห่อ หรือขวดเล็ก) นำมาใช้แก้ขัดไปก่อนแล้วค่อยไปซื้อที่ห้างบิ๊กซี ในวันถัดไปเพราะถึงยังไงจะต้องไปงานที่ห้างบิ๊กซี อยู่แล้ว

สินค้าที่นานๆจะซื้อ ไม่มี เพราะสินค้าที่นานๆนั้นมักจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนซื้อเสมอ ซึ่งก็มักจะทำให้ซื้อสินค้าต่างๆจากที่ห้างบิ๊กซี มากกว่า

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ น้ำหอม เพราะเครื่องใช้ประเภทน้ำหอมที่ทางร้านนั้น มักจะมีให้เลือกไม่มากนัก อีกทั้งไม่แน่ใจว่าน้ำหอมที่ทางร้านมีไว้ขายได้รับการเก็บรักษาไว้อย่างดีหรือไม่ เพราะทางร้านไม่ได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศไว้ที่ร้าน อีกทั้งสินค้าประเภทนี้ทางร้านก็มีสินค้าให้เลือกไม่ค่อยมากนัก ดังนั้นจึงทำให้เลือกซื้อน้ำหอมที่ห้างฯจะดีกว่า

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ไม่ถึงกับสนิทมากมาถือว่าเป็นหนึ่งในลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการบ้างเท่านั้น แต่เจ้าของร้านฯ ก็พูดคุยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสต้อนรับลูกค้าดี

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือเป็นร้านที่ไปซื้อสินค้าในบางครั้ง-บางคราว ไม่ถือว่าเป็นลูกค้าประจำซึ่งหากจะไปที่ร้านนั้นก็ต่อเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้านั้นจริงๆ หรืออาจจะซื้อขนมขบเคี้ยวบ้างในบางครั้ง

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. ใกล้บ้าน 2. สะดวกต่อการเดินทาง 3. สินค้ามีให้เลือกมากเพียงพอสำหรับร้านโชห่วย	1. ขนาดของร้านแคบ 2. ไม่มีที่จอดรถ จะจอดรถได้ตามริมถนนเท่านั้น	-ไม่มี

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. การจัดเรียงสินค้าอยากให้ระเบียบมากกว่านี้
2. มีพื้นที่ให้จอดรถ
3. อยากให้มีโต๊ะเก้าอี้ ไว้ให้นั่งพักและนั่งดื่ม-กินขนม/น้ำอัดลม

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ราคาสินค้าที่ขายในร้านไม่แพง คือไม่ขายสินค้าเกินราคา
2. ร้านช่วยเหลือที่ขายสินค้าที่ครบตามความต้องการในละแวกนี้มีน้อย แต่คนในชุมชนมีอยู่มาก จึงทำให้ร้านขายสินค้าได้ตลอด
3. ร้านช่วยเหลือโดยส่วนมากนั้นมักจะตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชนทำให้สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ

กรณีศึกษาที่ 18-20 ลูกค้าย่าน ง. (ร้านค้าโชห่วยในเขตประโยชน์การใช้ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม)

กรณีศึกษาที่ 18 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ 26 ปี สถานภาพ สมรส มีบุตร 2 คน

วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี อาชีพ : ธุรกิจส่วนตัว (รับเหมาก่อสร้าง)

รายได้ส่วนตัว: ประมาณเดือนละ บาท 6,000 เฉลี่ยปีละ 72,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้าน 8 ปี (ตั้งแต่ร้านเปิดให้บริการ) ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ 7-8 ครั้งต่อสัปดาห์

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าที่มาใช้บริการอยู่ห่างประมาณ 5 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 10 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงเที่ยงเพราะเป็นเวลาพักเที่ยงและมักจะมาซื้ออาหารไปรับประทาน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

1. เพราะความสนิทสนมคุ้นเคยกันกับเจ้าของร้าน ซึ่งสนิทกับเจ้าของร้านตั้งแต่เมื่อครั้งที่เจ้าของร้านยังไม่เปิดร้านให้บริการพอเมื่อเจ้าของร้านเปิดร้านให้บริการจึงเลือกที่จะมาใช้บริการที่ร้าน ซึ่งถึงแม้ร้านจะไกลจากบ้านไปซักหน่อย แต่ก็เต็มใจที่จะมาใช้บริการที่ร้านนี้
2. ทัศนคติไมตรีของเจ้าของร้าน ซึ่งก็ต่อเนื่องมาจากข้อแรกคือสนิทสนมกับเจ้าของร้าน เพราะว่าเป็นคนใจดี
3. ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าที่เจ้าของร้านไม่จู้จี้จุกจิก
4. อาหาร และสินค้าที่ขายในร้านสด ใหม่ ซึ่งโดยเฉพาะอาหารที่มีขายในร้านก็สะอาด สด ใหม่ ปลอดภัย

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ เครื่องดื่ม และอาหาร ซึ่งสาเหตุที่ซื้อสินค้าเหล่านี้ที่ร้านก็เพราะว่าชอบ รสชาติของอาหารที่ร้านนี้ และเครื่องดื่มที่มักจะซื้อก็จะเป็นน้ำอัดลมให้ลูกสาว และเบียร์เพื่อซื้อดื่มเอง

สินค้านานๆจะซื้อ คือ จำพวกขนมขบเคี้ยว ที่นานๆจะซื้อขนมนี้ก็เพราะว่ามักจะมานั่งพักผ่อน/นั่งพักผ่อนที่ร้านนี้บ่อยๆก็เลยซื้อขนมขบเคี้ยวรับประทานเล่นๆบ้าง

สินค้าที่ไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ สินค้าจำพวก เครื่องอุปโภค เช่น สบู่ ยาสีฟันและบรูห์ ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะไปซื้อที่ร้านอื่นหรือตามห้างสรรพสินค้ามากกว่าเพราะมีหลากหลายยี่ห้อให้เลือก อีกทั้งที่ร้านนี้ก็ไม่มีบรูห์จำหน่ายจึงต้องไปซื้อที่อื่น

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์มีต่อเจ้าของร้าน ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านนั้นจัดว่าเป็นลูกค้าชั้นเยี่ยม ซื้อสินค้าทุกวัน จึงถือว่าสนิทสนมกันมากๆ ทั้งนี้ก็เป็นเพราะส่วนหนึ่งมาจากกรณีที่เจ้าของร้านเป็นคนอัธยาศัยดี เป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากความคุ้นเคยกับผู้ชายเป็นการส่วนตัวที่ผู้ชายให้ความเป็นกันเอง จึงเกิดความประทับใจซึ่งก็ทำให้เดินทางไปใช้บริการที่ร้านบ่อยๆ

มีข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. มีโต๊ะ-เก้าอี้ไว้บริการลูกค้าที่สามารถนั่งได้ทุกวัน 2. เจ้าของร้านอัธยาศัยดี ไม่จู้จี้ขีปน ถึงแม้จะไม่ซื้อของที่ร้านก็ตาม	1. ไม่ปล่อยให้คืนเชื่อ 2. ไม่มีผู้ช่วยขายจึงทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอ	- ไม่มี

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้เพิ่มโต๊ะ-เก้าอี้ขึ้นที่ร้านอีกสัก1-2ชุด เพื่อให้ลูกค้าได้มีที่นั่งเพิ่มมากขึ้น
2. อยากให้เจ้าของร้านฯหาผู้ช่วยมาช่วยขายของอีกสัก1คน ซึ่งจะทำให้ขายของและทำอาหารได้เร็วขึ้น

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ในห้างสรรพสินค้าไม่มีสินค้าแบบแบ่งขาย เช่น น้ำแข็ง 5บาท 10บาท
2. ร้านโชห่วยบางร้านปล่อยให้คืนเชื่อได้
3. การเดินทางไปซื้อของที่ร้านโชห่วยนั้นสะดวกเพราะร้านโชห่วยส่วนมากจะอยู่ติดกับถนนใหญ่

กรณีศึกษาที่ 19 (ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : ชาย อายุ 48 ปี สถานภาพ สมรส

วุฒิการศึกษา : ประถมศึกษา(ชั้นป.4) อาชีพ : รับจ้างทั่วไป

รายได้ส่วนตัว: 3,000บาท เฉลี่ยปีละ 36,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้าน 8 ปี (ตั้งแต่ร้านเปิดให้บริการ) ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ 4ครั้งต่อสัปดาห์

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 100 เมตรใช้เวลาเดินทางประมาณ 3-5 นาที และหากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 15 นาที โดยรถจักรยานยนต์ โดยช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วงเที่ยงเพราะเป็นเวลาพักเที่ยงและมักจะมาซื้ออาหารไปรับประทาน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านสามารถเดินเข้ามาได้เพราะระยะทางไม่ไกลสักเท่าไรใช้เวลาในการเดินทางไม่นานนัก อีกทั้งสินค้าก็มีให้เลือกมากมายไม่ว่าจะเป็นอาหาร หรือสินค้าอย่างอื่นและมีการบริการที่ดี เจ้าของร้านยิ้มแย้มแจ่มใส

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ อาหารที่ทางร้านมีขาย น้ำ น้ำปลา ผ่าอนามัย ขนมขบเคี้ยวต่างๆ ที่มาซื้อสินค้าเหล่านี้ที่ร้านก็เป็นเพราะว่าสินค้าเหล่านี้มักจะต้องการใช้แบบฉุกเฉิน เช่น ผ่าอนามัยที่มักจะมาซื้อให้ภรรยา ซึ่งผ่าอนามัยนี้ก็สินค้าที่จำเป็นต้องใช้แบบเร่งด่วนเลยต้องหาซื้อใกล้ ไม่ต้องไปไกล อีกทั้งสินค้าอื่นเช่นน้ำปลาก็จะมาซื้อตอนที่น้ำปลาหมดในขณะทำอาหารซึ่งก็จะเลือกซื้อใกล้ๆบ้าน

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ สุรา เพราะโดยส่วนตัวแล้วเป็นคนไม่ดื่มเครื่องดื่มประเภทมีแอลกอฮอล์ แต่ที่มาซื้อนั้นก็เพราะว่าจะมาซื้อให้คนอื่นเสียมากกว่า

สินค้าที่ไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ บุหรี่ ทั้งนี้ก็เพราะเป็นคนไม่สูบบุหรี่ อีกทั้งที่ร้านก็ไม่มีบุหรี่ไว้จำหน่าย

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ก็ถือว่าสนิทกับเจ้าของร้านในระดับหนึ่ง เพราะอยู่ใกล้บ้าน และเจ้าของร้านเป็นคนในชุมชนเดียวกัน

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านหากขาดเหลืออะไรในบางครั้งก็จะเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านนี้ แต่หากอยากจะรับประทานข้าวเหนียว-ส้มตำนั้นก็คิดถึงร้านนี้ก่อนเสมอ

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน 2. ไม่เดินตามลูกค้าในขณะที่ลูกค้าเดินเลือกซื้อสินค้า 3. ไม่จู้จี้ ชี้นกับลูกค้าหาลูกค้าเข้ามาที่ร้านแล้วไม่ซื้อสินค้า 4. มีโต๊ะ-เก้าอี้ไว้บริการ 5. มีที่จอดรถ 6. มีน้ำไว้บริการลูกค้า	1. ไม่มีผู้ช่วยหรือลูกมือในการขาย ทำให้บริการช้าทำให้ลูกค้าต้องรอ	- ไม่มี

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

ข้อควรปรับปรุง คือ อยากให้ทางร้านบริการด้านการขายให้เร็วกว่านี้ เพราะในบางครั้งลูกค้าต้องรอซื้อสินค้า ทำให้ลูกค้าเสียเวลา

ข้อเสนอแนะ คือ ทางร้านควรมหาผู้ช่วยขายเพื่อที่จะทำให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น และลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลา

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. สินค้าที่มีขายในร้านจะเป็นสินค้าประเภทขายยกแพ็คหรือไม่ก็เป็นสินค้ากล่องใหญ่ๆ ไม่ขายปลีก แต่ถ้าหากขายที่ร้านไซห่วยนั้นก็ยังสามารถซื้อปลีกได้แบบ 5บาท 10บาท 1บาทก็ขาย
2. ร้านไซห่วยทั่วไปมักจะตั้งอยู่ใกล้ๆบ้าน ซึ่งทำให้เดินทางสะดวก อีกทั้งไม่ต้องเสียเวลาเข้าแถวรอจ่ายราคาสินค้า
3. ความสนิทสนมคุ้นเคยกันระหว่างลูกค้า และเจ้าของร้าน ซึ่งความคุ้นเคยนี้มีแต่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทั้งนี้ก็มาจากความจริงใจของเจ้าของร้านซึ่งหาไม่ได้จากพนักงานขายที่ห่างสรรพสินค้า

กรณีศึกษาที่ 20 (ลูกค้าที่นาน ๆ จึงมาใช้บริการ)

ข้อมูลทั่วไป

เพศ : หญิง อายุ 38 ปี สถานภาพ หม้าย

วุฒิการศึกษา : ประถมศึกษา(ชั้นป.4) อาชีพ : รับจ้างทั่วไป

รายได้ส่วนตัว: เดือนละ 4,500บาท เฉลี่ยปีละ54,000 บาทต่อปี

เป็นลูกค้าของที่ร้าน 8 ปี (ตั้งแต่ร้านเปิดให้บริการ) ซึ่งถือเป็นร้านประจำของครอบครัว เพราะไม่ว่าจะเป็นพี่/ป้า/น้า/อา ก็จะมาใช้บริการที่ร้านนี้กันทุกคน ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ

1ครั้งต่อสัปดาห์ เพราะว่าร้านในละแวกชุมชนได้มีร้านโชห่วยเกิดขึ้นอีกหลายร้าน บางร้านที่เปิดใหม่ก็อยู่ใกล้บ้านมากกว่าจึงทำให้ไปซื้อสินค้าที่ร้านใกล้บ้านมากกว่า

การเดินทางและการซื้อสินค้า

บ้านและร้านค้าอยู่ห่างประมาณ 2 กิโลเมตร ใช้เวลา เดินทางประมาณ 5-10 นาที หากรวมเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป-กลับ และซื้อสินค้าด้วยก็จะใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยช่วงเวลาซื้อสินค้าจะอยู่ในช่วง 15.00 น. เป็นต้นไป เพราะเป็นเวลาหลังเลิกงาน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่ร้าน

เจ้าของร้านพูดคุยเป็นกันเองดี อีกทั้งที่ร้านยังมีโต๊ะ-เก้าอี้ เอาไว้บริการแก่ลูกค้าซึ่งจะนั่งทั้งวันเลยก็ได้เจ้าของร้านฯก็ไม่ว่ากัน

สินค้าที่ซื้อจากร้าน

สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ อาหารถุงที่ปรุงเสร็จแล้ว ส้มตำ ขนมจีนน้ำยา และขนมขบเคี้ยวเล็กๆน้อยๆ โดยสาเหตุที่ซื้อสินค้าเหล่านี้ที่ร้านฯก็เพราะว่ารสชาติของอาหารที่ร้านนี้ขายก็ทำได้ดีถูกปาก

สินค้าที่นานๆจะซื้อ คือ สบู่ ยาสีฟัน ข้าวของเครื่องใช้ ซึ่งสินค้าพวกนี้จะไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากที่ห้างสรรพสินค้าจะมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด หลายยี่ห้อ มากกว่า

สินค้าที่จะไม่ซื้อที่ร้านเลย คือ สุรา และบุหรี่ เพราะโดยส่วนตัวแล้วจะไม่ดื่มสุรา และสูบบุหรี่ ดังนั้นจึงจะไม่ซื้อสินค้าเหล่านี้

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้านฯ และต่อตัวร้านฯ เอง

ความสัมพันธ์ที่มีต่อเจ้าของร้าน ไม่ได้สนิทสนมกันเป็นพิเศษมากนัก แต่ก็ถือว่าเป็นคนที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน แต่หากเมื่อไปซื้อสินค้าที่ร้านฯเจ้าของร้านก็จะบริการอย่างเต็มที่ และเมื่อเจอกันก็ยิ้มแย้มทักทาย

ความสัมพันธ์ที่มีต่อร้านฯ ก็ถือว่าร้านฯนี้ก็เป็นร้านหนึ่งในชุมชนที่มีสินค้าที่มีความต้องการเอาไว้มาก แต่จะติดอยู่ที่ว่าร้านฯนี้อยู่ไกลบ้านไปซักนิดจึงไม่ค่อยได้มาซื้อสินค้าที่ร้านบ่อยมากนัก เพราะโดยส่วนใหญ่ก็จะซื้อสินค้าที่ร้านฯใกล้บ้านมากกว่า

ข้อดี ข้อเสีย อุปสรรค

ข้อดี	ข้อเสีย	อุปสรรค
1. สะดวกต่อการเดินทางเพราะร้านตั้งอยู่ริมถนนทางเข้าชุมชน 2. สะดวกต่อการซื้อ เพราะมีสินค้าให้เลือกมากพอสมควร 3. อาหารอร่อย และสะอาด 4. สินค้าที่ร้านจัดเป็นหมวดหมู่ มีระเบียบ 5. มีป้ายแสดงราคาสินค้า	1. ไม่มีคนช่วยขายของ ทำให้ในช่วงเวลาที่มีคนเข้าร้านมากๆ ทำให้ต้องรอ 2. โต๊ะ-เก้าอี้ที่มีไว้บริการยังมีน้อย ไม่เพียงพอต่อลูกค้า	1. ปิดร้านเร็วเกินไป 2. ขายสินค้า และอาหารไม่ทันในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาก

ข้อควรปรับปรุง และข้อเสนอแนะ

1. อยากให้มีโต๊ะ-เก้าอี้ไว้บริการลูกค้าให้มากกว่านี้
2. อยากให้มีคนช่วยขายของจะได้ขายสินค้า และอาหารได้เร็วขึ้น
3. อยากให้คงความเป็นกันเองของเจ้าของร้านนี้ไว้ เพราะถือเป็นจุดดึงดูดลูกค้า

สาเหตุที่ร้านยังคงอยู่ได้

1. ลูกค้าตั้งใจในการให้บริการ และความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน
2. ราคาสินค้าที่ขายไม่แพง/ไม่จำหน่ายสินค้าเกินราคา
3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้เดินทางสะดวก
4. มีที่จอดรถที่สามารถจอดรถได้หลายคัน
5. มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน
6. เจ้าของร้านยิ้มแย้มแจ่มใส อธิบายดี และใจดี

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวเวรดี จักรเสน เกิดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2525 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาพัฒนาชุมชน สถาบันราชภัฏสกลนคร เมื่อปีการศึกษาที่ 2546 และศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตสหสาขาพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษาที่ 2548