



วารสาร นาคบุตรปริทรรศน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

NARKBHUTPARITAT JOURNAL

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2564 Vol. 13 No. 2 May - August 2021

Received: September 30, 2020

Revised: August 11, 2021

Accepted: August 21, 2021

การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส

Market adjustment for the survival of traditional retail store operators
In Sungai Kolok District Narathiwat Province

อัจฉรา กิมเถี่ยว *

วาสนา สุวรรณวิจิตร

อรจันทร์ ศิริโชติ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยทักษิณ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: acharakimthiaw@gmail.com

Achara kimthiaw *

Wassana Suwanwijit

Orachan Sirichote

Gradute School, Taksin University

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส จำแนกตามปัจจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก 2) เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางตลาดที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส โดยทำการศึกษา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส จำนวน 190 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t-test , F-test และ Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า (1) ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ที่มีขนาดร้านค้าปลีก และสัญชาติของผู้ประกอบการ แตกต่างกันไป มีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน (2) สภาพการแข่งขันทางตลาด ด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส

คำสำคัญ ; สภาพการแข่งขัน; ร้านค้าปลีก; การปรับตัวทางการตลาด

Abstract

The objectives of this study were to 1) compare the marketing adjustment for the survival of traditional retail store operators classified by factors relating to retail stores, and 2) study the competitive market conditions that influence the market adjustment for the survival of traditional retail operators in Su-ngai Kolok District Narathiwat Province by studying traditional retail operators in Su-ngai Kolok District Narathiwat Province, 190 cases. The research tools were questionnaires. Statistics used in the study were percentage, average, standard deviation and tested the hypothesis with t-test, F-test and Regression Analysis. The study found that: (1) traditional retail stores in Su-ngai Kolok District Narathiwat Province with a retail store size and the nationality of the operators are different. There are marketing adjustments for survival differently (2) The community market competition has an influence on the marketing adjustment for the survival of traditional retailers in Su-ngai Kolok District Narathiwat Province.

Keyword: Competitive Conditions; Retail Stores; Market Adjustments

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านขายของชำ (Grocery Store) หรือที่คนไทย เรียกกันติดปากว่า “ร้านโชห่วย” ถือเป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากใช้เงินลงทุนต่ำและบริหารจัดการง่ายไม่ซับซ้อน ลักษณะเฉพาะของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นพื้นฐานต่อการดำรงชีวิต หรือสินค้าเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ Tiplerlerd (2015) ธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน มีการพัฒนาโดยกลุ่มทุนขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการใช้เทคโนโลยี และวิธีการจัดการสมัยใหม่ มีเครื่องมือช่วยในการสนับสนุนการขายมากขึ้น จึงเกิดช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น และนับวันช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้านั้นก็เข้มข้นมากขึ้น Khajonnan & Laksitanon (2013) ขณะเดียวกันภาวะการแข่งขันในธุรกิจก็ทวีความรุนแรงขึ้นเช่นกัน ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้างสำหรับธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม เกิดส่วนแบ่งทางตลาดขึ้น ลูกคามีตัวเลือกในการ

ตัดสินใจมากขึ้น เมื่อธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เข้าถึงคนในพื้นที่ชุมชนมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำเป็นต้องปรับปรุงกิจการเพื่อที่จะสามารถต่อสู้กับสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กอยู่รอดได้ในอนาคต

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ร้านค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน รวมทั้งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผู้ผลิต ในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย แต่ด้วยภัยคุกคามต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยเฉพาะอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี ก่อนมีร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 350 แห่ง แต่เมื่อร้านค้าสมัยใหม่เข้ามา ทำให้ร้านค้าแบบดั้งเดิมปิดตัวลงไปมาก ปัจจุบันในอำเภอเหลือร้านค้าปลีกเพียง 190 แห่ง จังหวัดนราธิวาส ซึ่งภาครัฐได้ประกาศให้เป็นพื้นที่พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน จะช่วยผลักดันให้การค้าชายแดนระหว่างไทยและมาเลเซียใน 3 ด้านในพื้นที่ จังหวัดนราธิวาส ขยายตัวเพิ่มขึ้น จะเป็นแรงหนุนให้มูลค่าการค้าผ่านด่านที่เหลือใน จังหวัดสตูล ยะลา และปัตตานี ไหลล้นได้มากขึ้น แต่ด้วยการขยายธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาอย่างรวดเร็วทำให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบในวงกว้าง ส่งผลให้จำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมลดลง มีผลต่ออยู่รอดของผู้ประกอบการรายเก่า เมื่อผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้รายได้น้อยลง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งส่งผลให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถอยู่รอด ได้ภายใต้สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส จำแนกตามปัจจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส ที่มีปัจจัยเกี่ยวกับร้านแตกต่างกันมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน
2. สภาพการแข่งขันทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส

วิธีการดำเนินวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลพบุรี จังหวัดนราธิวาส โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ทั้งหมด 190 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามที่ใช้นั้น ถูกอ้างอิงมาจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้คำถามที่น่าเชื่อถือและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก

ส่วนที่ 2 ถามเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ถามเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอด



3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 ค่าดัชนีความสอดคล้อง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยใช้สูตรคำนวณการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC)

3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cranach's Alpha Coefficient - α) ได้ค่า = 0.98

4. กระบวนการเก็บข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบจำนวน 190 ชุด ตามที่กำหนดไว้แล้ว นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยเมื่อรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบจำนวน 190 ชุด ตามที่กำหนดไว้แล้ว นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด

4.1 ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบ

4.2 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3 คำนวณหาค่าสถิติทั้งที่เป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

4.4 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาแปลผลและสรุปผลการวิเคราะห์

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

5.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 การทดสอบว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ที่มีปัจจัยเกี่ยวกับร้านค้าแตกต่างกันมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ F-test, t-test

5.3 การทดสอบสภาพการแข่งขันทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ใช้การวิเคราะห์ Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส สรุปตามประเด็นได้ดังนี้

1. สภาพการแข่งขันทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด

สภาพการแข่งขัน	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านคู่แข่ง	3.96	0.749	มาก
ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต	3.98	0.7395	มาก
ด้านลูกค้า	3.97	0.775	มาก
ด้านพ่อค้าคนกลาง	4.00	0.750	มาก
ด้านชุมชน	4.04	0.760	มาก
รวม	3.99	0.581	มาก



จากการศึกษา สภาพการแข่งขันทางการตลาด พบว่า สภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับสภาพแข่งขันอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันด้านชุมชนมากที่สุดเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ได้แก่ ด้านพ่อค้าคนกลาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ด้านคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ สามารถแยกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

1. สภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านคู่แข่งพบว่ามีสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับสภาพแข่งขันอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันด้านชุมชนมากที่สุดเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ได้แก่ ด้านพ่อค้าคนกลาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ด้านคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

2. สภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยสภาพการแข่งขันด้าน มีสินค้าที่จัดจำหน่ายตรงตามความต้องการของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ได้แก่ ด้านเลือกสินค้าที่มีความปลอดภัยไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมหรือ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ด้านมีการซื้อสินค้าจากแหล่งต้นทุนต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านมีการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

3. สภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านลูกค้า ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยสภาพการแข่งขันด้านมีลูกค้าประจำจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ได้แก่ ด้านสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านให้บริการที่ซื้อตรงต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) และด้านมีการคืนกำไรให้ลูกค้า เช่น มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

4. สภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านพ่อค้าคนกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านพ่อค้าคนกลาง ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยสภาพการแข่งขัน ด้านได้รับสิทธิพิเศษจากตัวแทนจำหน่ายสินค้า เช่น ของแถม ชั้นวางสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ได้แก่ ด้านได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และด้านสามารถเปลี่ยน สินค้ากรณีสินค้าชำรุด ด้านได้รับการบริการเพิ่มเติมต่อสินค้าตามความเหมาะสม ด้านซื้อสินค้าจากพ่อค้าคนกลางที่เชื่อถือได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 3 ด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

5. สภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านชุมชน ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยสภาพการแข่งขัน ด้านปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย และกติกาสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ได้แก่ ด้านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและร่วมกิจกรรมกับชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านให้ความร่วมมือตามนโยบายของรัฐ เช่น การงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา กับ ด้านตั้งอยู่ในย่านชุมชน สะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และด้านมีการบริหารจัดการที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

2. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส

การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกดั้งเดิม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก	4.03	0.755	มาก
ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ	4.05	0.756	มาก
ด้านราคาสินค้า	4.11	0.753	มาก
ด้านอัตราแลกเปลี่ยน	4.11	0.750	มาก
ด้านการขาดสภาพคล่อง	4.13	0.749	มาก
ด้านต้นทุนการผลิต	4.15	0.749	มาก
รวม	4.09	0.665	มาก

จากการศึกษา การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส พบว่า การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมด้านต้นทุนการผลิตมากที่สุดเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาได้แก่ ด้านการขาดสภาพคล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.13) ด้านราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ สามารถแยกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

1. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้านมีการจัดหาสินค้าใหม่เข้ามาเพื่อกระตุ้นยอดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาได้แก่ ด้านพยายามจัดหาสินค้าราคาถูกแต่มีคุณภาพมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ด้านมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนให้กับคนในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านมีการปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) และด้านมีบริการรับบัตรประชาชนรัฐตามนโยบายของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

2. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ ภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้านมีแผนรับมือการกระจายสินค้าเมื่อเกิดสภาวะเศรษฐกิจการเมืองเฉียบพลัน กับ ด้านมีการวางแผนอย่างรอบคอบในการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ได้แก่ ด้านมีระบบการลงทุนที่ได้มาตรฐานพร้อมรับมือต่อผลกระทบทางการเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าเมื่อเกิดสภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

3. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านราคาสินค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านราคาสินค้า ภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้าน



ปรับราคาสินค้าขึ้นลงตามราคาตลาดอย่างเหมาะสม กับ ด้านมีระบบสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษจากการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคาสินค้าในร้านของท่านอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เมื่อเทียบกับร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ ด้านมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า กับ ด้านจำหน่ายสินค้าในหนึ่งผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

4. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านอัตราแลกเปลี่ยน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านอัตราแลกเปลี่ยน ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้านมีการติดตามข่าวสารด้านอัตราการแลกเปลี่ยนอยู่เสมอเพื่อใช้ในการแผนการปรับตัวตามสถานการณ์ ด้านมีการคำนวณราคาต้นทุนสินค้าก่อนที่จะจำหน่ายเพื่อลดภาวะขาดทุนในกรณีค่าเงินตก ด้านสามารถปรับตัวเพื่อรักษาผลกำไรจากยอดขายตามที่ต้องการ ทั้ง 3 ด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

5. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านการขาดสภาพคล่อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านการขาดสภาพคล่อง ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้านมีรายได้เพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่ายประจำวัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา ได้แก่ ด้านมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในกิจการอย่างเหมาะสม กับ ด้านมีบริษัทเงินทุนสำรองในกรณีเหตุฉุกเฉิน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ควบคู่ไปด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

6. การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านต้นทุนการผลิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ด้านต้นทุนการผลิต ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ด้านมีการวางแผนด้านต้นทุนที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ได้แก่ ด้านสามารถแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนการผลิตของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กับ ด้านมีรายรับเพียงพอกับต้นทุนการจ้างงานและการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ด้านมีการวางแผนเลือกซื้อสินค้าเข้ากิจการจากแหล่งผลิตใหม่ๆที่มีต้นทุนต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และด้านการวางแผนการซื้อสินค้าจากหลากหลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ที่มีปัจจัยเกี่ยวกับร้านแตกต่างกันมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา ที่มีปัจจัยเกี่ยวกับร้านแตกต่างกันมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน สรุปได้ว่าผู้ประกอบการที่มี ปัจจัยร้านค้าปลีก ด้านขนาดร้านค้าปลีกที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอด ด้านการขาดสภาพคล่องแตกต่างกัน มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเป็นอันดับแรก รองลงมา ปัจจัยร้านค้าปลีก ด้านสัญญาชาติผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอด ด้านอัตราแลกเปลี่ยนและด้านการขาดสภาพคล่องแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 สภาพการแข่งขันทางตลาดมีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันทางตลาด ด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความ



อยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 46.80 สามารถแยกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันทางตลาด ด้านคู่แข่ง ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต และด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการชะลอตัวเศรษฐกิจโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 69.5

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันทางตลาด ด้านคู่แข่ง ด้านด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 48.7

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันด้านคู่แข่งด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านราคาสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 39.1

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันด้านคู่แข่งด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านอัตราการแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 33.1

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันด้านคู่แข่งด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านอัตราการแลกเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 30.2

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพการแข่งขันด้านคู่แข่งด้านชุมชน มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ด้านต้นทุนการผลิต อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทำนายพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางตลาด มีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ได้ร้อยละ 33.7

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่า สภาพการแข่งขันทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับสภาพแข่งขันอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยมีความเห็นว่ามีสภาพการแข่งขันด้านชุมชนเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านพ่อค้าคนกลาง ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านลูกค้า และ ด้านคู่แข่ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitsuan, Pumpa, Panthong & Chinsuwan (2018) ที่ได้กล่าวว่าการจัดการระบบของร้านค้าเพื่อให้สามารถดึงดูดกลุ่มของ



ผู้บริโภคที่มีความจำเพาะต่อพื้นที่อีกด้วย โดยจะเน้นหลักการที่ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในการให้บริการอีกด้วย

จากผลการศึกษาที่พบว่า การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส พบว่า การปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยผู้ประกอบการมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอด ด้านต้นทุนการผลิตมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านการขาดสภาพคล่อง ด้านราคาสินค้า ด้านอัตราการแลกเปลี่ยน ด้านการเมืองในประเทศขาดเสถียรภาพ และด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitsuan, Pumpa, Panthong & Chinsuwan (2018) ที่ได้กล่าวว่า ธุรกิจโซห่วยยังสามารถดำรงอยู่ได้โดยเจ้าของกิจการที่มีทุนหมุนเวียนในร้านมากเพียงพอที่จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จากต้นทุนหมุนเวียนการกู้และและทุนเริ่มต้นที่มีจำนวนมากพอในการดำเนินธุรกิจรวมถึงการใช้ภายในร้านที่มีอยู่แล้วจึงทำให้สามารถดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบัน

จากผลการศึกษาที่พบว่า ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ที่มีปัจจัยเกี่ยวกับร้านแตกต่างกันมีการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitsuan, Pumpa, Panthong & Chinsuwan (2018) ที่ได้กล่าวว่า รูปแบบกลยุทธ์การขายของร้านโซห่วย นั้นเป็นไปตามกลยุทธ์ 4P และ 8P รวมถึง 4C (Marketing Mix) เข้าไปช่วยในการจัดการระบบของร้านค้าเพื่อให้สามารถดึงดูดกลุ่มของผู้บริโภคที่มีความจำเพาะต่อพื้นที่อีกด้วย โดยจะเน้นหลักการที่ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ในการดำเนินกิจการเพื่อการคงอยู่ที่แตกต่างกันในแต่ละด้านสังคมหรือแต่ละพื้นที่ของประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื้อชาติที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการของร้านค้าโซห่วย

จากผลการศึกษาที่พบว่า สภาพการแข่งขันทางตลาดมีอิทธิพลต่อการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phatthararuethai (2017) ที่ได้กล่าวว่า การค้าปลีกในจังหวัดหนองคาย มีการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซห่วย) ซึ่งมีจำนวน 74 ร้าน ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเหล่านี้ต้องหาหนทางต่อสู้เพื่อความอยู่รอดโดยได้กำหนด แผนกลยุทธ์ 2 แผน ได้แก่ 1 แผนกลยุทธ์เพื่อธุรกิจค้าปลีก แบบดั้งเดิมโดยรวม ประกอบด้วยโครงการจัดตั้งสหกรณ์บริการร้านค้าแบบดั้งเดิมเพื่อชุมชน โครงการสินค้า คุณภาพราคาถูก บริการประทับใจ 2. แผนกลยุทธ์ เฉพาะร้านค้าปลีก ประกอบด้วย กลยุทธ์การบริการประทับใจเยี่ยมคุณภาพ กลยุทธ์การบริการ สินค้าถึงบ้าน กลยุทธ์การลด แลก แจก แถมสะสมคะแนน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยนำไปใช้ประโยชน์

1. ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ควรมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย เพื่อทราบสภาพคล่องของร้าน และจัดการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นเพื่อลดต้นทุนในอนาคต
2. ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ควรปรับปรุงการตลาดให้สอดคล้องกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก เพื่อสู้กับสภาพการแข่งขันการตลาดในชุมชนให้ได้
3. ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ควรดูสถานการณ์การเมืองเป็นระยะ และเร่งปรับแนวคิดหรือแบบแผนการทำธุรกิจใหม่ด้วยการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทุกขณะให้ได้ เพื่อภาพรวมของธุรกิจและการแข่งขันที่เกิดขึ้น อันจะนำไปสู่ความสามารถในประเมินสถานการณ์ที่แม่นยำและหาหนทางแก้เกมการแข่งขันได้ทันที่ต่อไป
4. ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ควรสนับสนุนการขายสินค้าในชุมชนที่ร้านค้าปลีกทั่วไปไม่มีเพื่อเพิ่มมูลค่าของราคาสินค้า และสนองความต้องการสินค้าให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม



5. ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส ควรนำสินค้าที่ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้นมาจำหน่ายเพื่อลดอัตราการแลกเปลี่ยน และเพิ่มมูลค่าสินค้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจทำการศึกษารูปแบบการปรับตัวทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมในจังหวัดอื่น เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบและพัฒนาการตลาดร้านค้าปลีกในอนาคตให้คงอยู่ต่อไป
2. ผู้สนใจทำการศึกษารูปแบบช่องทางการค้าออนไลน์มาปรับใช้กับธุรกิจร้านค้าปลีกดั้งเดิม เพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกดั้งเดิมให้สูงกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้

Reference

- Juthamaneenin, P., Sripadtha, S., Liangjindathawon. S., & Sirilumpa, L. (2008). *Marketing Adaptation Pattern for Traditional Retailers on Customers' Attitude in Muang District, Nongkhai Province. Mahasarakham. (Master of Education Thesis). Rajabhat Mahasarakham University, Mahasarakham. (in Thai)*
- Kitsuan, A., Pumpa, P., Panthong, K. & Chinsuwan, J. (2018). *The store's marketing strategy in grocery. Thailand land 4.0 to survive: A case study of the grocery in bankhai Rayong. chonburi. (Master of Education Thesis). Burapha University, Chonburi. (in Thai)*
- Khajonnan, N. & Laksitanon, S. (2013). *Strategy on Adaptation for Survival of Air-Conditioning Distributing Entrepreneur, Chonburi. (Master of Education Thesis). Burapha University, Chonburi. (in Thai)*
- Muangpongsa, J. (2014). *Marketing Stratehies of Grocery Store in Bangkok, Pathum Thani. (Master of Education Thesis). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani. (in Thai)*
- Phatthararuethai, K. (2017) *Marketing Strategy of Thai Traditional Retailing Shop, Pathum Thani. (Master of Education Thesis). Pathum Thani University, (In Thai)*
- Pumpa, P. (2009). *Distribution planning policy. Pathum Thani. (Master of Education Thesis). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani. (In Thai)*
- Piantam, C. & Rungwannarat, W. (2012). *The Adaptation of Grocery Stores Under the Spread of Modern Convenient Stores, Bangkok. (Master of Education Thesis). Phranakhon Rajabhat University, Bangkok. (in Thai)*
- Sawangthong, T. (2012) *The impact of modern Trade Expansion on Retail Stores in Bangkok and The Metropolitan Area. (Master of Education) Thesis. Doctor of Public Administration. Valaya Alongkorn Rajabhat University. (in Thai)*
- Sungai Kolok Municipality. (2019). *Sample population. Searched on 1 June 2019 from <http://www.kolokcity.go.th>. (in Thai)*
- Thiplerlerd, P. (2015). *Factors Influencing Consumers' Purchasing Decision From Traditional Trade in the Bangkok Metropolitan area, Bangkok. (Master of Education Thesis). Thammasat University, Bangkok (in Thai)*



ผู้เขียน

นางสาวอัจฉรา กัมเถียว

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
เลขที่ 140 ม.4 ถ.กาญจนวณิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000
E-mail: acharakimthiaw@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา สุวรรณวิจิตร

ประธานที่ปรึกษา สาขาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยทักษิณ
เลขที่ 140 ม.4 ถ.กาญจนวณิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000
E-mail: swassana@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

กรรมการที่ปรึกษา สาขาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยทักษิณ
เลขที่ 140 ม.4 ถ.กาญจนวณิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000
E-mail: orachan_s@hotmail.com

