# บทที่ 4
# ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านขายของชำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาการดำเนินงานและปัญหาของร้านขายของชำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต้องการหรือไม่ต้องการรับความช่วยเหลือในการปรับปรุงร้านจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้านขายของชำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 230 ร้านค้า ได้นำเสนอผลการศึกษาแยกออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายของชำ
2. ลักษณะและปัญหาในการดำเนินงานของร้านขายของชำ
3. การเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก (กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) ของร้านขายของชำ
4. ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการร้านซื้อสะดวก จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
5. ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ไม่ต้องการรับความช่วยเหลือจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในโครงการร้านซื้อสะดวก (การปรับปรุงร้าน)
6. การทดสอบความต้องการและไม่ต้องการรับความช่วยเหลือตามโครงการร้านซื้อสะดวก โดยใช้วิธี Chi-square

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

## 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

4.1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ เพศชายมีจำนวนน้อยกว่าเพศหญิงเล็กน้อย คือ คิดเป็นร้อยละ 46.5 และร้อยละ 53.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.1

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำจำแนกตามเพศ

| เพศของผู้ประกอบการ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ชาย | 107 | 46.5 |
| หญิง | 123 | 53.5 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.1.2 อายุของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำโดยส่วนใหญ่แล้ว มีอายุไม่เกิน 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.6 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.2 และอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.6 ดังแสดงในตาราง 4.2

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามอายุของผู้ประกอบการ

| อายุของผู้ประกอบการ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่เกิน 40 ปี | 121 | 52.6 |
| 41 – 50 ปี | 68 | 29.6 |
| 51 – 60 ปี | 35 | 15.2 |
| 61 ปีขึ้นไป | 6 | 2.6 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.1.3 สถานภาพการสมรสของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา มี สถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ เป็นหม้ายและหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำ จำแนกตามสถานภาพการสมรสของผู้ประกอบการ

| สถานภาพสมรส | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| โสด | 80 | 34.8 |
| สมรส | 137 | 59.5 |
| หม้ายและหย่าร้าง | 13 | 5.7 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.1.4 ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับไม่เกินระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.5 และระดับที่สูงว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.4

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ

| ระดับการศึกษา | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 160 | 69.6 |
| ปริญญาตรี | 61 | 26.5 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 9 | 3.9 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.1.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาได้แก่ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มากกว่า 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ดังแสดงในตาราง 4.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1 - 2 คน | 26 | 11.3 |
| 3 - 4 คน | 130 | 56.5 |
| 5 - 6 คน | 65 | 28.3 |
| มากกว่า 7 คน | 9 | 3.9 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.1.6 ระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่เปิดดำเนินกิจการมาแล้ว ไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาได้แก่ ดำเนินกิจการมาแล้วเป็นเวลา 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.6 ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.1 และดำเนินกิจการมาเป็นเวลา 16 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.6

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการ

| ระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่เกิน 10 ปี | 174 | 75.7 |
| 11 – 15 ปี | 29 | 12.6 |
| 16 – 20 ปี | 13 | 5.7 |
| มากกว่า 20 ปี | 14 | 6.1 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1.7 ขนาดของร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ร้านขายของชำส่วนใหญ่มีร้านค้าขนาด 1 คูหา คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาได้แก่ ขนาด 2 คูหา คิดเป็นร้อยละ 35.7 ขนาด 3 คูหา คิดเป็นร้อยละ 13.5 มากกว่า 3 คูหา คิดเป็นร้อยละ 9.1 และน้อยกว่า 1 คูหา คิดเป็นร้อยละ 3.5 ดังแสดงในตาราง 4.7

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามขนาดของร้าน

| ขนาดของร้าน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่า 1 คูหา | 8 | 3.5 |
| 1 คูหา (32 ตร.ม) | 88 | 38.3 |
| 2 คูหา (64 ตร.ม) | 82 | 35.7 |
| 3 คูหา (96 ตร.ม) | 31 | 13.5 |
| มากกว่า 3 คูหา (มากกว่า 96 ตร.ม) | 21 | 9.1 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**4.2 ลักษณะและปัญหาในการดำเนินงานของร้านขายของชำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

4.2.1 ลักษณะของกิจการ

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะของกิจการ ส่วนใหญ่เป็นการตั้งกิจการขึ้นด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาได้แก่ เป็นการดำเนินการค้าต่อเนื่องจากพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 27.5 เซ้งต่อจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 9.6 และเป็นกิจการที่เช่าต่อจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.8

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำ จำแนกตามลักษณะของกิจการ

| ลักษณะการดำเนินกิจการค้าของร้านขายของชำ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ตั้งขึ้นด้วยตนเอง | 129 | 56.1 |
| ดำเนินการค้าต่อเนื่องจากพ่อแม่ | 64 | 27.8 |
| เซ้งจากผู้อื่น | 22 | 9.6 |
| เช่าต่อจากผู้อื่น | 15 | 6.5 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.2 การประกอบอาชีพอื่นของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพหรือทำงานอย่างอื่นควบคู่กับการเปิดร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 73.0 ส่วนผู้ประกอบการที่มีอาชีพอื่นหรือทำงานอย่างอื่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 27.0 ดังแสดงในตาราง 4.9

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำจำแนกตามการประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่ควบคู่กับการเปิดร้านขายของชำ

| การประกอบอาชีพอื่น ๆ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่มี | 168 | 73.0 |
| มี | 62 | 27.0 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.3 จำนวนลูกจ้างภายในร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการไม่มีลูกจ้างภายในร้านเลย คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมา คือ มีลูกจ้าง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 มีลูกจ้าง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และมีลูกจ้าง 3 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.8 ดังแสดงในตาราง 4.10

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามจำนวนลูกจ้างภายในร้าน

| จำนวนลูกจ้างภายในร้าน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่มี | 159 | 69.1 |
| มี 1 คน | 25 | 10.9 |
| มี 2 คน | 27 | 11.7 |
| 3 คนขึ้นไป | 19 | 8.3 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.4 ระยะเวลาในการเปิด – ปิดร้านของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดร้านในช่วงเวลา 06.00 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาได้แก่ การเปิด – ปิด เวลาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 27.4 สำหรับร้านที่เปิด-ปิด เวลา 06.00 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.6 เปิด-ปิด เวลา 06.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.8 เปิดตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็น ร้อยละ 2.2 และเปิด-ปิดเวลา 12.00 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 ดังแสดงในตาราง 4.11

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามช่วงระยะเวลาในการเปิด – ปิดร้าน

| เวลาในการเปิด-ปิด ร้าน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 06.00-12.00 น | 11 | 4.8 |
| 12.00-18.00 น | 1 | 0.4 |
| 06.00-18.00 น | 29 | 12.6 |
| 06.00-20.00 น | 121 | 52.6 |
| เปิด 24 ชั่วโมง | 5 | 2.2 |
| เวลาอื่น ๆ | 63 | 27.4 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.5 ลักษณะร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะร้านขายของชำของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นห้องธรรมดาเปิดโล่งด้านหน้า คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาเป็นห้องติดกระจก คิดเป็นร้อยละ 23.0 และเป็นร้านที่มีลักษณะอื่น คิดเป็นร้อยละ 5.2 ดังแสดงในตาราง 4.12

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามลักษณะของร้าน

| ลักษณะของร้านค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เป็นห้องธรรมดาเปิดโล่งด้านหน้า | 165 | 71.7 |
| เป็นห้องติดกระจก | 53 | 23.0 |
| อื่น ๆ | 12 | 5.2 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.6 ที่ตั้งร้านขายของชำกับที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการจำนวนมากมีร้านค้าอยู่บริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 69.6 ส่วนร้านที่อยู่คนละบริเวณกับที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 30.4 ดังแสดงในตาราง 4.13

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามที่ตั้งร้านค้ากับที่อยู่อาศัย

| ที่ตั้งของร้านค้ากับบริเวณที่อยู่อาศัย | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| อยู่บริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัย | 160 | 69.6 |
| อยู่คนละบริเวณกับที่อยู่อาศัย | 70 | 30.4 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.7 สถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าโดยเฉพาะของร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ร้านขายของชำส่วนใหญ่ไม่มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 54.3 ส่วนร้านที่มีที่จอดรถให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 45.7 ดังแสดงในตาราง 4.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายของชำจำแนกตามสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า

| สถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| มี | 105 | 45.7 |
| ไม่มี | 125 | 54.3 |
| รวม | 230 | 100.0 |

หมายเหตุ 1. มีสถานที่จอดรถยนต์ หมายถึง มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เป็นของร้านค้าเอง รวมไปถึงบริเวณถนนสาธารณะที่สามารถจอดรถได้

2. ไม่มีสถานที่จอดรถยนต์ หมายถึง ไม่มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เป็นของร้านค้าเอง รวมไปถึงบริเวณถนนสาธารณะที่ไม่สามารถจอดรถได้

4.2.8 ยอดขายต่อวันของร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มียอดขายต่อวันสูงสุด ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมาได้แก่ ยอดขายต่อวันระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.7 และ มียอดขายต่อวันอยู่ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.6 และมียอดขายต่อวันมากกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8 ดังแสดงในตาราง 4.15

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามยอดขายในแต่ละวัน

| ยอดขายต่อวัน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่เกิน 3,000 บาท | 170 | 73.9 |
| 3,001 – 4,000 บาท | 27 | 11.7 |
| 4,001 – 5,000 บาท | 22 | 9.6 |
| มากกว่า 5,000 บาท | 11 | 4.8 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.9 ประเภทของสินค้าภายในร้านของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมนำสินค้า 12 ประเภทมาขายสินค้าคละกันกับสินค้าอื่น ๆ แต่ส่วนใหญ่แล้วร้านขายของชำ มักจะนำน้ำอัดลมและเครื่องดื่มชูกำลังมาจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 91.7 อับดับที่ 3 ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารแห้ง คิดเป็นร้อยละ 86.1 อันดับที่ 4 ได้แก่ สินค้าอุปโภค คิดเป็นร้อยละ 84.8 และอันดับที่ 5 ได้แก่ สินค้าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอลล์ คิดเป็นร้อยละ 84.3 ตลอดจนสินค้าอื่น ๆ ดังแสดงในตาราง 4.16

ตาราง 4.16 แสดงประเภทของสินค้าที่จำหน่ายในร้านขายของชำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| ประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่าย | คะแนน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| น้ำอัดลมและเครื่องดื่มชูกำลัง | 215 | 93.5 | 1 |
| ขนมขบเคี้ยว | 211 | 91.7 | 2 |
| สินค้าประเภทอาหารแห้ง | 198 | 86.1 | 3 |
| สินค้าอุปโภค | 195 | 84.8 | 4 |
| สุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอลล์ | 194 | 84.3 | 5 |
| บุหรี่ | 192 | 83.5 | 6 |
| เครื่องเขียน | 138 | 60.0 | 7 |
| ยารักษาโรค | 126 | 54.8 | 8 |
| ถ่าน ฟืน | 86 | 37.4 | 9 |
| อาหารสด และผักสด | 71 | 30.9 | 10 |
| น้ำมันก๊าด | 48 | 20.9 | 11 |
| อื่น ๆ | 23 | 10.0 | 12 |

หมายเหตุ 1. อาหารแห้ง หมายถึง อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำปลา น้ำตาลทราย เป็นต้น

2. สินค้าอุปโภค หมายถึง ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.10 การตั้งราคาขายสินค้าของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการได้ตั้งราคาขายตามราคาที่ติดอยู่บนฉลากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาได้แก่ การตั้งไว้หลายราคา คิดเป็นร้อยละ 11.3 ขายต่ำกว่าราคาที่ติดอยู่บนฉลาก คิดเป็นร้อยละ 10.4 และตั้งราคาโดยวิธีอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ดังแสดงในตาราง 4.17

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามลักษณะการตั้งราคาขายสินค้าในร้านของตน

| การตั้งราคาขายสินค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ขายตามราคาที่ติดอยู่บนฉลาก | 168 | 73.0 |
| ตั้งไว้หลายราคา | 26 | 11.3 |
| ขายต่ำกว่าราคาที่ติดอยู่บนฉลาก | 24 | 10.4 |
| อื่น ๆ | 12 | 5.2 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.11 ลักษณะการขายสินค้าของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการนิยมจำหน่ายสินค้าเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาได้แก่ การจำหน่ายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 23.5 และจำหน่ายเป็นเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ดังแสดงในตาราง 4.18

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามลักษณะการขายสินค้าเป็นเงินสดหรือเงินเชื่อ

| ลักษณะการขายสินค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เงินสด | 168 | 73 |
| เงินเชื่อ | 8 | 3.5 |
| ขายทั้งสดและเชื่อ | 54 | 23.5 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.12 รูปแบบการจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีรูปแบบการจำหน่ายสินค้าแบบอื่นนอกเหนือไปจากการจำหน่ายสินค้าภายในร้านของตน คิดเป็นร้อยละ 53.5 แต่ที่มีรูปแบบการบริการอื่นที่นอกเหนือไปจากการจำหน่ายภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ดังแสดงในตาราง 4.19

ตาราง 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำจำแนกตามรูปแบบการบริการอื่น นอกเหนือไปจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

| รูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| มีรูปแบบอื่นนอกเหนือไปจากการจำหน่ายภายในร้าน | 107 | 46.5 |
| ไม่มีรูปแบบอื่นนอกเหนือไปจากการจำหน่ายภายในร้าน | 123 | 53.5 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.13 การกระตุ้นยอดขายของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยใช้วิธีกระตุ้นยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 และไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 46.1 ดังแสดงในตาราง 4.20

ตาราง 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามการใช้วิธีกระตุ้นยอดขาย

| วิธีกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้น | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคยใช้ | 124 | 53.9 |
| ไม่เคยใช้ | 106 | 46.1 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.14 วิธีการกระตุ้นยอดขายของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากใช้วิธีการกระตุ้นการขาย โดยติดป้ายราคาสินค้าไว้หน้าร้านและภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของร้านเป็นผู้บอกกล่าว คิดเป็น ร้อยละ 26.6 และแจกใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 14.5 ดังตารางที่ 4.21

ตาราง 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามวิธีการกระตุ้นยอดขาย

| วิธีกระตุ้นยอดขาย | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ติดป้ายราคาสินค้าไว้หน้าร้านและภายในร้าน | 73 | 58.9 |
| เจ้าของร้านเป็นผู้บอก | 33 | 26.6 |
| แจก/ติด ใบปลิว | 18 | 14.5 |
| รวม | 124 | 100.0 |

4.2.15 การลงบัญชีรับ - จ่ายประจำวันของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ลงบัญชีรับ/จ่ายประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และไม่ลงบัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.2 ดังแสดงในตาราง 4.22

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามการลงบัญชี

| การลงบัญชีรายรับรายจ่ายประจำวัน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ลงบัญชี | 156 | 67.8 |
| ไม่ลงบัญชี | 74 | 32.2 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.16 การตรวจนับสินค้าคงเหลือของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยตรวจนับสินค้าคงเหลือ คิดเป็นร้อยละ 83.9 และไม่เคยตรวจนับสินค้าคงเหลือ คิดเป็นร้อยละ 16.1 ดังแสดงในตาราง 4.23

ตาราง 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามการตรวจนับสินค้าคงเหลือ

| การตรวจนับสินค้าคงเหลือ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 193 | 83.9 |
| ไม่เคยตรวจนับ | 37 | 16.1 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.17 ตามความถี่ในการตรวจนับสินค้าคงเหลือของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือไม่เกินสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาได้แก่ ตรวจนับสินค้าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตรวจนับสินค้า 2 สัปดาห์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตรวจนับสินค้า 3 สัปดาห์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตรวจนับสินค้า 6 เดือนครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตรวจนับสินค้าปีละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และตรวจนับสินค้าเวลาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.6 ดังแสดงในตาราง 4.24

ตาราง 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามการตรวจนับสินค้าคงเหลือ

| การตรวจนับสินค้าคงเหลือ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่เกินสัปดาห์ละครั้ง | 113 | 58.5 |
| เดือนละครั้ง | 35 | 18.1 |
| 2 สัปดาห์ต่อครั้ง | 31 | 16.1 |
| 3 สัปดาห์ต่อครั้ง | 6 | 3.1 |
| เวลาอื่น ๆ | 5 | 2.6 |
| 6 เดือนครั้ง | 2 | 1.0 |
| ปีละครั้ง | 1 | 0.5 |
| รวม | 193 | 100.0 |

4.2.18 การสั่งซื้อสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ ของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาได้แก่ ซื้อจากรถของผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 23.9 และซื้อจากแหล่งอื่น คิดเป็นร้อยละ 5.2 ดังแสดงในตาราง 4.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามแหล่งการสั่งซื้อสินค้า

| แหล่งในการสั่งซื้อสินค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ซื้อจากร้านค้าส่ง | 163 | 70.9 |
| ซื้อจากรถของผู้ผลิต | 55 | 23.9 |
| อื่น ๆ | 12 | 5.2 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.19 ลักษณะการจ่ายเงินซื้อสินค้าของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาได้แก่ ซื้อทั้งเงินสดและเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 17.8 ซื้อเป็นเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 4.8 และบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 4.3 ดังแสดงในตาราง 4.26

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามลักษณะการจ่ายเงินซื้อสินค้าของผู้ประกอบการ

| ลักษณะการจ่ายเงินซื้อสินค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ซื้อเป็นเงินสด | 168 | 73.0 |
| ทั้งเงินสดและเงินเชื่อ | 41 | 17.8 |
| ซื้อเป็นเงินเชื่อ | 11 | 4.8 |
| บัตรเครดิต | 10 | 4.4 |
| รวม | 230 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.20 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้าของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า (ไม่รวมต้นทุนสินค้า) ส่วนใหญ่ อยู่ในระหว่างไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมา ได้แก่ ช่วง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.9 ช่วง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.0 และช่วงตั้งแต่ 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.6 ดังแสดงในตาราง 4.27

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า (ไม่รวมต้นทุนสินค้า) ต่อเดือน

| ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ตั้งแต่ 10,000 บาท ลงมา | 123 | 53.6 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 55 | 23.9 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 30 | 13.0 |
| ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป | 22 | 9.6 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.21 การตกแต่งหรือปรับปรุงในรอบ 1 –2 ปีที่ผ่านมาของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยมีการตกแต่งหรือปรับปรุงร้านในรอบ 1 – 2 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 70.9 และไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 29.1 ดังแสดงในตาราง 4.28

ตาราง 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามการตกแต่งหรือปรับปรุงในรอบ 1 – 2 ปีที่ผ่านมา

| การปรับปรุงร้านในช่วง 1-2 ปี | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 163 | 70.9 |
| ไม่เคย | 67 | 29.1 |
| รวม | 230 | 100.0 |

4.2.22 รูปแบบการปรับปรุงร้านของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบการปรับปรุงในลักษณะปัดกวาดเช็ดถู เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 63.9 อันดับที่สอง ได้แก่ จัดเรียงสินค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 60.4 อันดับที่สาม ได้แก่ จัดชั้นวางของใหม่ คิดเป็นร้อยละ 41.7 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ การปรับปรุงอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.9 ดังแสดงในตาราง 4.29

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.29 แสดงรูปแบบการปรับปรุงร้านของผู้ประกอบการขายของชำในรอบ 1 –2 ปี ที่ผ่านมา

| รูปแบบในการปรับปรุงร้าน | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| ปัดกวาดเช็ดถู | 147 | 63.9 | 1 |
| จัดเรียงสินค้าใหม่ | 139 | 60.4 | 2 |
| จัดชั้นวางของใหม่ | 96 | 41.7 | 3 |
| ตกแต่งหน้าร้าน | 74 | 32.2 | 4 |
| ซื้อตู้แช่ใหม่ | 71 | 30.9 | 5 |
| จัดทำป้ายร้านใหม่ | 43 | 18.7 | 6 |
| ซื้อตู้ไอศรีม | 38 | 16.5 | 7 |
| ติดหลอดไฟฟ้าเพิ่ม | 37 | 16.1 | 8 |
| ทาสีใหม่ | 31 | 13.5 | 9 |
| ขยายร้านค้า | 19 | 8.3 | 10 |
| ใส่กระจกหน้าร้าน ติดเครื่องปรับอากาศ | 16 | 6.9 | 11 |
| ย้ายไปตั้งร้านใหม่ | 5 | 2.2 | 12 |
| อื่น ๆ | 2 | 0.9 | 13 |

4.2.23 ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านขายของชำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหามีคู่แข่ง (ร้านขายของชำ) ในบริเวณใกล้เคียง มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 49.1 อันดับที่สอง ได้แก่ ประสบปัญหายอดขายลดลง คิดเป็นร้อยละ 40.9 อันดับที่สาม ได้แก่ ประสบปัญหาขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และอันดับที่สุดท้าย ได้แก่ ไม่มีทายาทสืบทอดกิจการ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ดังแสดงในตาราง 4.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.30 แสดงลักษณะปัญหาที่ผู้ประกอบการร้านขายของชำประสบ (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

| ปัญหาที่ผู้ประกอบการประสบ | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| มีร้านขายของชำอยู่ในบริเวณใกล้เคียงจำนวนมาก | 113 | 49.1 | 1 |
| ยอดขายลดลง | 94 | 40.9 | 2 |
| ปัญหาขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน | 68 | 29.6 | 3 |
| ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้ | 58 | 25.2 | 4 |
| ไม่มีปัญหา | 40 | 17.4 | 5 |
| ขาดเทคโนโลยี | 39 | 16.9 | 6 |
| ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร | 35 | 15.2 | 7 |
| ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ | 35 | 15.2 | 7 |
| ไม่มีความรู้ในด้านการบริหารการจัดการ ฯ | 32 | 13.9 | 8 |
| ไม่มีทายาทสืบทอดกิจการ | 28 | 12.2 | 9 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**4.3 การเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก (กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) ของผู้ประกอบการร้านขายของชำ**

การศึกษาการเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นการศึกษาในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้ประกอบการร้านขายของชำ สาเหตุที่ผู้ประกอบการต้องการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก ความต้องการรับความช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ หรือจากหน่วยงานอื่น อันจะนำไปสู่ความต้องการหรือไม่ต้องการเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก (การปรับปรุงร้าน) ซึ่งจะนำเสนอผลการศึกษาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

4.3.1 การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการร้านซื้อสะดวก ของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ตามโครงการร้านซื้อสะดวก คิดเป็นร้อยละ 66.5 และมีผู้ประกอบการที่ทราบข่าว คิดเป็นร้อยละ 33.5 ดังแสดงในตาราง 4.31

ตาราง 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำจำแนกตามการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการร้านซื้อสะดวก

| การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ตามโครงการฯ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ทราบ | 77 | 33.5 |
| ไม่ทราบ | 153 | 66.5 |
| รวม | 230 | 100 |

4.3.2 สื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ทราบข่าวประชาสัมพันธ์ (จำนวน 77 ราย) ส่วนใหญ่ทราบจากสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 36.4 อันดับที่สอง ได้แก่ ทราบจากสถานีวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 32.5 อันดับที่สาม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.6 อันดับสุดท้าย ได้แก่ ทางสื่ออินเตอร์เน็ต และจากการเข้าไปติดต่องานกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 1.3 ดังแสดงในตาราง 4.32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.32 แสดงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำทราบข่าวสาร ตามโครงการร้านซื้อสะดวก (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

| สื่อที่ทราบ | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| โทรทัศน์ | 28 | 36.4 | 1 |
| สถานีวิทยุกระจายเสียง | 25 | 32.5 | 2 |
| หนังสือพิมพ์ | 22 | 28.6 | 3 |
| แผ่นพับ/ใบปลิว | 14 | 18.2 | 4 |
| ป้ายโฆษณา | 10 | 12.9 | 5 |
| บอร์ดประชาสัมพันธ์ | 9 | 11.7 | 6 |
| มีเจ้าหน้าที่เข้าไปแนะนำ | 2 | 2.6 | 7 |
| ทาง Internet | 1 | 1.3 | 8 |
| จากการติดต่องานกับ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด | 1 | 1.3 | 8 |

4.3.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านขายของชำต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการ เข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความเห็นต่อหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก มากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าจะต้องรักษาความสมบูรณ์เรียบร้อยภายในร้าน รองลงมา คือ ร้านค้าจะต้องผ่านการทดสอบในแบบสำรวจ ร้านขายของชำต้องเปิดทำการทุกวัน ร้านขายของชำต้องอยู่ห่างกัน 100 เมตร จะต้องเป็นเจ้าของร้าน หรือ เช่า หรือ เช้ง มากกว่า 3 ปี ร้านค้าจะต้องจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคไม่น้อยกว่า 80% ร้านค้าต้องมีพื้นที่ขายไม่น้อยกว่า 16 ตารางเมตร ร้านค้าต้องเป็นจุดรองรับลูกค้าในรัศมี 500 เมตร และร้านค้าจะต้องมียอดขายมากกว่า 3,000 บาทต่อวัน ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.33 แสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านขายของชำ ต่อหลักเกณฑ์การคัดเลือกของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

| หลักเกณฑ์การคัดเลือกร้านขายของชำ | ระดับคะแนนความคิดเห็น | | | | | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | เห็นด้วยมากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วยปานกลาง (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วยมากที่สุด (1) | | |
| 1. ร้านค้าต้องรักษาความสมบูรณ์เรียบร้อยภายในร้าน | 105 | 79 | 35 | 7 | 4 | 4.2 | 1 |
| 2. ร้านค้าต้องผ่านการทดสอบในแบบสำรวจที่กรมฯ จัดทำขึ้น | 47 | 109 | 55 | 18 | 1 | 3.8 | 2 |
| 3. ร้านค้าต้องเปิดทำการทุกวัน | 80 | 69 | 40 | 35 | 6 | 3.8 | 2 |
| 4. ร้านค้าแต่ละร้าน จะต้องอยู่ห่างกัน 100 เมตร | 50 | 76 | 59 | 41 | 4 | 3.6 | 3 |
| 5. เจ้าของร้าน ต้องมีระยะเวลาครอบครอง มากกว่า 3 ปี | 43 | 77 | 70 | 31 | 9 | 3.5 | 4 |
| 6. จำหน่ายสินค้าอุปโภบริโภค เป็นส่วนใหญ่ หรือมากกว่า 80% | 35 | 83 | 63 | 40 | 9 | 3.4 | 5 |
| 7. ร้านค้าต้องมีพื้นที่ขายไม่น้อยกว่า 16 ตารางเมตร | 16 | 84 | 75 | 51 | 4 | 3.3 | 6 |
| 8. ร้านค้า ต้องเป็นจุดรองรับลูกค้าในรัศมี 500 ม. | 23 | 81 | 84 | 36 | 6 | 3.3 | 6 |
| 9. ร้านค้า ต้องมียอดขายมากกว่า 3000 บาทต่อวัน | 29 | 71 | 65 | 51 | 14 | 3.2 | 7 |

หมายเหตุ จำนวนผู้ประกอบการร้านขายของชำทั้งหมด 230 ราย

4.3.4 ความต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการฯ ของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก คิดเป็นร้อยละ 64.80 และไม่ต้องการเข้าร่วมโครงการร้านซื้อสะดวก คิดเป็นร้อยละ 35.2 ดังแสดงในตาราง 4.34

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามความต้องการของผู้ประกอบการฯ ที่ต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการร้านซื้อสะดวก

| ความต้องการของผู้ประกอบการ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต้องการ | 149 | 64.8 |
| ไม่ต้องการ | 81 | 35.2 |
| รวม | 230 | 100 |

4.3.5 เหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการต้องการปรับปรุงร้านตาม โครงการร้านซื้อสะดวก เนื่องจากต้องการเพิ่มยอดขายมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 78.5 อันดับที่สอง ได้แก่ ต้องการปรับตัวให้อยู่รอด คิดเป็นร้อยละ 28.4 อันดับที่สาม ได้แก่ ต้องการเพิ่มลูกค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 48.3 อันดับต่อไป ได้แก่ ต้องการให้เป็นที่จดจำ คิดเป็นร้อยละ 44.9 ทำให้ลูกค้าพอใจเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 40.3 ไม่มีค่าใช้จ่ายเมื่อเข้าร่วมโครงการฯ คิดเป็นร้อยละ 31.5 โครงการฯ มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ไม่มีเงินทุนในการปรับปรุงร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ไม่มีเวลาและไม่มีคนช่วยปรับปรุงร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.1 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ดังแสดงในตาราง 4.35

ตาราง 4.35 แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก (ตอบได้หลายข้อ)

| เหตุผลการเข้าร่วมโครงการฯ | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| ต้องการเพิ่มยอดขายสินค้า | 117 | 78.5 | 1 |
| ต้องการปรับตัวให้อยู่รอดในภาวะปัจจุบัน | 87 | 28.4 | 2 |
| ต้องการได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น | 72 | 48.3 | 3 |
| ต้องการให้เป็นที่จดจำแก่คนทั่วไป | 67 | 44.9 | 4 |
| ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น | 60 | 40.3 | 5 |
| ไม่มีค่าใช้จ่ายเมื่อเข้าร่วมโครงการ | 47 | 31.5 | 6 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.35 (ต่อ)

| เหตุผลการเข้าร่วมโครงการฯ | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| เป็นโครงการฯ ของรัฐที่มีความน่าเชื่อถือ | 40 | 26.8 | 7 |
| ไม่มีเงินทุนปรับปรุงและตกแต่งร้าน | 38 | 25.5 | 8 |
| ไม่มีเวลาและไม่มีคนช่วยปรับปรุงร้าน | 30 | 20.1 | 9 |
| อื่น ๆ | 2 | 1.03 | 10 |

4.3.6 เหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก เนื่องจากมีรูปแบบเดิมที่สามารถขายสินค้าได้อยู่แล้ว มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 74.1 อันดับที่สอง ได้แก่ ไม่อยากมีภาระผูกพัน คิดเป็นร้อยละ 39.5 อันดับที่สาม ได้แก่ อาจมีค่าใช้จ่ายตามมาทีหลัง คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับต่อไป ได้แก่ กลัวถูกหลอก คิดเป็นร้อยละ 21.0 เมื่อเข้าร่วมโครงการฯ แล้วอาจมีเงื่อนไข คิดเป็นร้อยละ 12.3 เปิดเพื่อเป็นอาชีพเสริม และมีคนช่วยปรับปรุงร้าน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ไม่มีเวลา คิดเป็นร้อยละ 9.9 ต้องการให้ช่วยเหลือในรูปแบบอื่น คิดเป็นร้อยละ 6.2 ไม่เข้าหลักเกณฑ์ตามโครงการร้านซื้อสะดวก คิดเป็นร้อยละ 4.9 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ใกล้เลิกกิจการ คิดเป็นร้อยละ 3.7 ดังแสดงในตาราง 4.36

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.36 แสดงเหตุผลของผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก (ตอบได้หลายข้อ)

| เหตุผลของการไม่เข้าร่วมโครงการฯ | จำนวน | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|---|---|---|
| รูปแบบเดิมดีอยู่แล้ว | 60 | 74.1 | 1 |
| ไม่อยากมีภาระผูกพัน | 32 | 39.5 | 2 |
| อาจมีค่าใช้จ่ายตามมาทีหลัง | 27 | 33.3 | 3 |
| กลัวถูกหลอก | 17 | 21.0 | 4 |
| อาจมีเงื่อนไข ซึ่งไม่แน่ใจว่าจะปฏิบัติตามได้ | 10 | 12.3 | 5 |
| เปิดร้านขายของชำ เพื่อเป็นอาชีพเสริม | 9 | 11.1 | 6 |
| มีคนช่วยปรับปรุงร้านอยู่แล้ว | 9 | 11.1 | 6 |
| เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา | 8 | 9.9 | 7 |
| ไม่มีเวลา | 8 | 9.9 | 7 |
| ต้องการรับความช่วยเหลือในรูปแบบอื่น | 5 | 6.2 | 8 |
| ไม่เข้าหลักเกณฑ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า | 4 | 4.9 | 9 |
| ใกล้เลิกกิจการ | 3 | 3.7 | 10 |

4.3.7 เหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำต้องการรับความช่วยเหลือในการปรับปรุงร้านจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 70.90 และไม่ต้องการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 29.10 ดังแสดงในตาราง 4.37

ตาราง 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำแนกตามความต้องการของผู้ประกอบการฯ ในการขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาลในรูปแบบอื่น

| ความต้องการของผู้ประกอบการฯ ในการปรับปรุงร้าน | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต้องการ | 163 | 70.9 |
| ไม่ต้องการ | 67 | 29.1 |
| รวม | 230 | 100 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.8 รูปแบบความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาล ที่ผู้ประกอบการร้านขายของชำต้องการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการต้องการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาล ในรูปแบบของการสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาถูก มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 19.1 อันดับที่สอง ได้แก่ สนับสนุนเงินทุนโดยไม่มีดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 17.2 และอันดับที่สาม ได้แก่ สนับสนุนเงินทุนในรูปของสินค้าโดยไม่มีดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 16.3 อันดับต่อไป ได้แก่ ให้คำปรึกษาไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 14.5 เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ คิดเป็นร้อยละ 11.5 สนับสนุนการรวมกลุ่มซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.0 ต้องการฝึกอบรม-สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 7.5 ต้องการทัศนศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ต้องการความช่วยเหลืออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.4 ดังแสดงในตาราง 4.38

ตาราง 4.38 แสดงความต้องการของผู้ประกอบการร้านขายของชำในการขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นของรัฐบาลในรูปแบบอื่น (ตอบได้หลายข้อ)

| รูปแบบความช่วยเหลือ | จำนวน | ร้อยละ | อับดับที่ |
|---|---|---|---|
| สั่งซื้อสินค้าได้ในราคาถูก | 107 | 19.1 | 1 |
| สนับสนุนเงินทุน โดยไม่มีดอกเบี้ย | 99 | 17.7 | 2 |
| สนับสนุนเงินทุนในรูปสินค้า โดยไม่มีดอกเบี้ย | 91 | 16.3 | 3 |
| ให้คำแนะนำ ปรึกษา โดยไม่มีค่าใช้จ่าย | 81 | 14.5 | 4 |
| เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ | 64 | 11.5 | 5 |
| สนับสนุนการรวมกลุ่มซื้อสินค้า | 56 | 10.0 | 6 |
| ต้องการฝึกอบรม-สัมมนา | 42 | 7.5 | 7 |
| ต้องการทัศนศึกษาดูงาน | 17 | 3.0 | 8 |
| อื่นๆ | 2 | 0.4 | 9 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**4.4 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า**

จากการศึกษา ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก จำนวน 149 ราย พบว่า ความต้องการเพิ่มยอดขายเป็นสภาวะของการแข่งขันในปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ มากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการอยู่รอดในสภาวะของการแข่งขันในปัจจุบัน ความต้องการให้ร้านค้าเป็นที่สนใจและจดจำแก่คนทั่วไป เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่อื่นได้ หลักเกณฑ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีความเหมาะสมสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกข้ามชาติได้ มีการประชาสัมพันธ์โครงการฯ เป็นไปอย่างทั่วถึง ไม่มีเงินทุนในการปรับปรุงร้านด้วยตนเอง ไม่มีความรู้ในด้านการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้า และไม่มีคนช่วยเหลือในการปรับปรุงร้าน ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.39

ตาราง 4.39 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ต้องการปรับปรุงร้านค้า ตามโครงการร้านซื้อสะดวก

| ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการร้านซื้อสะดวก | ระดับคะแนนความต้องการปรับปรุงร้าน | | | | | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | เห็นด้วยมากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วยปานกลาง (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วยมากที่สุด (1) | | |
| 1. ต้องการเพิ่มยอดขาย | 93 | 48 | 5 | 3 | 0 | 4.6 | 1 |
| 2. ต้องการอยู่รอดในสภาวะของการแข่งขันในปัจจุบัน | 58 | 63 | 25 | 3 | 0 | 4.2 | 2 |
| 3. ต้องการให้เป็นที่สนใจ และจดจำแก่คนทั่วไป | 57 | 53 | 34 | 4 | 1 | 4.1 | 3 |
| 4. เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่อื่นได้ | 36 | 80 | 30 | 3 | 0 | 4.0 | 4 |
| 5. หลักเกณฑ์ของกรมฯ มีความเหมาะสมสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ | 27 | 80 | 38 | 2 | 2 | 3.9 | 5 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
จ/ฬ
338.04
ว115ว
C.4

ตาราง 4.39 (ต่อ)

| ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการร้านซื้อะดวก | คะแนนระดับความคิดเห็น | | | | | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | เห็นด้วยมากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วยปานกลาง (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วยมากที่สุด (1) | | |
| 6. เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกข้ามชาติได้ | 35 | 67 | 40 | 7 | 0 | 3.9 | 5 |
| 7. มีการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ให้ทราบ อย่างทั่วถึง | 20 | 79 | 40 | 10 | 0 | 3.7 | 6 |
| 8. ไม่มีเงินทุนในการปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเอง | 27 | 57 | 36 | 23 | 6 | 3.5 | 7 |
| 9. ไม่มีความรู้ในด้านการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้า | 25 | 52 | 45 | 19 | 8 | 3.5 | 7 |
| 10. ไม่มีคนช่วยเหลือในการปรับปรุงร้าน | 28 | 47 | 43 | 25 | 6 | 3.4 | 8 |

หมายเหตุ จำนวนผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ต้องการปรับปรุงร้าน ทั้งหมด 149 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**4.5 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า**

จากการศึกษา ผู้ประกอบการ จำนวน 81 ราย ไม่ต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการฯ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการฯ มากที่สุด ได้แก่ ไม่มีเวลาในการปรับปรุงร้าน รองลงมา คือ ร้านของตนไม่เข้าหลักเกณฑ์ตามโครงการร้านซื้อสะดวก กลัวถูกหลอก มีหน่วยงานอื่นให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมกว่า การเปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา การเปิดร้านเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น และกำลังจะเลิกกิจการอยู่แล้ว ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.40 ดังนี้

ตาราง 4.40 แสดงปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายของชำไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ตามโครงการร้านซื้อสะดวก ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

| ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องการปรับปรุงร้านตามโครงการร้านซื้อสะดวก | ระดับคะแนนที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน | | | | | คะแนนเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | เห็นด้วยมากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วยปานกลาง (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วยมากที่สุด (1) | | |
| 1. ไม่มีเวลาในการปรับปรุงร้าน | 18 | 32 | 21 | 7 | 3 | 3.7 | 1 |
| 2. ร้านขายของชำไม่เข้าหลักเกณฑ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า | 12 | 26 | 36 | 5 | 2 | 3.5 | 2 |
| 3. กลัวถูกหลอก | 15 | 23 | 23 | 15 | 5 | 3.4 | 3 |
| 4. มีหน่วยงานอื่นให้ความช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ที่เหมาะสมกว่า | 10 | 24 | 27 | 15 | 5 | 3.2 | 4 |
| 5. เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา | 9 | 21 | 33 | 15 | 3 | 3.2 | 4 |
| 6. เปิดร้านขายของชำ เพื่อเป็นอาชีพเสริมเท่านั้น | 10 | 10 | 19 | 30 | 12 | 2.7 | 5 |
| 7. กำลังจะเลิกกิจการอยู่แล้ว | 3 | 12 | 19 | 29 | 18 | 2.4 | 6 |

หมายเหตุ จำนวนผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน ทั้งหมด 81 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**4.6 การทดสอบความต้องการและไม่ต้องการรับความช่วยเหลือตามโครงการร้านซื้อสะดวก โดยใช้วิธี Chi – Square** ด้วยการกำหนดระดับนัยความสำคัญ 0.05 และตั้งสมมุติฐานไว้ดังนี้

$H_0$ = ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับปรุงร้านขายของชำ

$H_1$ = ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับปรุงร้านขายของชำ

หาก $\chi^2_{cal} > \chi^2_{table}$ แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ นั่นคือ จะยอมรับข้อสมมุติฐาน $H_1$ = ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับปรุงร้านขายของชำ

4.6.1 เพศของผู้ประกอบการ

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า ผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 แบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.7 เพศหญิง จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 สำหรับกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะเพศหญิงมีความต้องการปรับปรุงร้านมากกว่าเพศชาย ดังแสดงในตาราง 4.41

ตาราง 4.41 ตารางแสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| เพศ | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ชาย | 73 | 34 | 107 |
| | (31.7) | (14.8) | (46.5) |
| หญิง | 76 | 47 | 123 |
| | (33.0) | (20.4) | (53.5) |
| รวม | 149 | 81 | 230 |
| | (64.8) | (35.2) | (100.0) |

$\chi^2_{cal} = 1.039$ , $df = 1$ , $\chi^2_{table} = 3.841$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

$H_0$ = เพศของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = เพศของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 1.039$ , $\chi^2_{table} = 3.841$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ เพศกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.2 อายุ

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปีจำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.4 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ อายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป มีความต้องการปรับปรุงร้าน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 สำหรับกลุ่มตัวอย่างทุกระดับอายุที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.42

ตาราง 4.42 ตารางแสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| อายุ | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ไม่เกิน 40 ปี | 87<br>(37.8) | 34<br>(14.8) | 121<br>(21.7) |
| 41 - 50 ปี | 40<br>(17.4) | 28<br>(12.2) | 68<br>(29.6) |
| 51 - 60 ปี | 20<br>(8.7) | 15<br>(6.5) | 35<br>(15.2) |
| 61 ปีขึ้นไป | 2<br>(0.9) | 4<br>(1.7) | 6<br>(2.6) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 8.878$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_o$ = อายุของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = อายุของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 8.878$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_1$ นั่นคือ อายุกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำมีความสัมพันธ์กัน

4.6.3 สถานภาพการสมรส

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8 สถานภาพสมรส จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.1 และสถานภาพหม้ายและหย่าร้าง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.43

ตาราง 4.43 ตารางแสดงสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| สถานภาพ | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| โสด | 57<br>(24.8) | 23<br>(10.0) | 80<br>(34.8) |
| สมรส | 83<br>(36.1) | 54<br>(23.5) | 137<br>(59.6) |
| หม้ายและหย่าร้าง | 9<br>(3.9) | 4<br>(1.7) | 13<br>(5.6) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 2.638$ , $df = 2$ , $\chi^2_{table} = 5.991$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = สถานภาพการสมรสของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = สถานภาพการสมรสของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 2.638$ , $\chi^2_{table} = 5.991$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ สถานภาพการสมรสกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.4 ระดับการศึกษา

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 การศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับไม่เกินปริญญาตรี มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.44

ตาราง 4.44 ตารางแสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ระดับการศึกษา | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 95<br>(41.3) | 65<br>(28.3) | 160<br>(69.6) |
| ปริญญาตรี | 45<br>(19.6) | 16<br>(7.) | 61<br>(26.5) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 9<br>(3.9) | 0<br>0 | 9<br>(3.9) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 19.285$ , $df = 2$ , $\chi^2_{table} = 5.991$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 19.285$ , $\chi^2_{table} = 5.991$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_1$ นั่นคือ ระดับการศึกษากับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ มีความสัมพันธ์กัน

4.6.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 7 คน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน มีความต้องการปรับปรุงร้าน มากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.45

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.45 ตารางแสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| จำนวนสมาชิก | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| 1 - 2 คน | 17 | 9 | 26 |
| | (7.4) | (3.9) | (11.3) |
| 3 - 4 คน | 87 | 43 | 130 |
| | (37.8) | (18.7) | (56.5) |
| 5 - 6 คน | 41 | 24 | 65 |
| | (17.8) | (10.4) | (28.3) |
| มากกว่า 6 คน | 4 | 5 | 9 |
| | (1.7) | (2.2) | (3.9) |
| รวม | 149 | 81 | 230 |
| | (64.8) | (35.2) | (100.0) |

$\chi^2_{cal} = 1.980$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 1.980$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.6.6 ระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการ

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่เปิดดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปี จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 เปิดดำเนินกิจการ 11 – 15 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 เปิดดำเนินกิจการ 16 – 20 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และร้านที่เปิดดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปี มีความต้องการปรับปรุงร้าน มากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.46

ตาราง 4.46 ตารางแสดงระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของกลุ่มตัวอย่าง กับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ไม่เกิน 10 ปี | 122<br>(53.0) | 52<br>(22.6) | 174<br>(75.6) |
| 11 - 15 ปี | 13<br>(5.7) | 16<br>(7.0) | 29<br>(12.6) |
| 16 - 20 ปี | 7<br>(3.0) | 6<br>(2.6) | 13<br>(5.7) |
| มากกว่า 20 ปี | 7<br>(3.0) | 7<br>(3.0) | 14<br>(6.1) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 9.381$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal}$ = 9.381 , $\chi^2_{table}$ = 7.815 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_1$ นั่นคือ ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำมีความสัมพันธ์กัน

4.6.7 ขนาดของร้านค้า

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีร้านขนาดไม่เกิน 2 คูหา จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 ร้านขนาด 2 คูหา จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 ร้านขนาด 3 คูหา จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 และร้านที่มีขนาดมากกว่า 3 คูหา จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.2 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีร้านขนาด 1 คูหา มีความต้องการปรับปรุงร้าน มากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.47

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.47 ตารางแสดงขนาดของร้านค้าของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ระยะเวลา | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ไม่เกิน 2 คูหา | 60<br>(26.1) | 36<br>(15.6) | 96<br>(41.7) |
| 2 คูหา | 51<br>(22.2) | 31<br>(13.5) | 82<br>(35.7) |
| 3 คูหา | 26<br>(11.3) | 5<br>(2.2) | 31<br>(13.5) |
| มากกว่า 3 คูหา | 12<br>(5.2) | 9<br>(3.9) | 21<br>(9.1) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 5.948$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_o$ = ขนาดร้านค้าของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ขนาดร้านค้าของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 5.948$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ ขนาดร้านค้ากับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.8 ลักษณะกิจการค้า

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีการดำเนินกิจการต่อจากพ่อแม่ จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 กลุ่มที่ตั้งร้านขึ้นด้วยตัวเอง จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 กลุ่มที่เซ้งร้านต่อจากผู้อื่น จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ กลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่เช่าร้านต่อจากผู้อื่น จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งร้านขึ้นด้วยตัวเอง มีความต้องการปรับปรุงร้าน มากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.48

ตาราง 4.48 ตารางแสดงลักษณะกิจการค้าของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ลักษณะกิจการ | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ดำเนินกิจการต่อจากพ่อแม่ | 43<br>(18.7) | 21<br>(9.1) | 64<br>(27.8) |
| ตั้งขึ้นด้วยตนเอง | 82<br>(35.7) | 47<br>(20.4) | 129<br>(56.1) |
| เช้งจากผู้อื่น | 15<br>(6.5) | 7<br>(3.0) | 22<br>(9.6) |
| เช่าต่อจากผู้อื่น | 9<br>(3.9) | 6<br>(2.6) | 15<br>(6.5) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 0.508$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = ลักษณะกิจการของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ลักษณะกิจการของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 0.508$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ ลักษณะกิจการกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.6.9 อาชีพอื่นของผู้ประกอบการร้านขายของชำ

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีอาชีพอื่น จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และไม่มีอาชีพอื่น จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่มีอาชีพอื่นนอกจากการเปิดร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.49

ตาราง 4.49 ตารางแสดงอาชีพอื่นของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| อาชีพอื่น | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| มี | 42<br>(18.3) | 20<br>(8.7) | 62<br>(27.0) |
| ไม่มี | 107<br>(46.5) | 61<br>(26.5) | 168<br>(73.0) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 0.326$ , $df = 1$ , $\chi^2_{table} = 3.841$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = อาชีพอื่นของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = อาชีพอื่นของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 0.326$ , $\chi^2_{table} = 3.841$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ อาชีพอื่นกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำไม่มีความสัมพันธ์กัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.6.10 ลักษณะร้านค้า

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีลักษณะร้านค้าเป็นห้องธรรมดาเปิดโล่งด้านหน้า จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.1 ลักษณะร้านค้าที่ติดกระจก จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 และร้านค้าในลักษณะอื่น ๆ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะร้านค้าเป็นห้องธรรมดาเปิดโล่งด้านหน้า มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.50

ตาราง 4.50 ตารางแสดงลักษณะร้านของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ลักษณะร้านค้า | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| เป็นห้องธรรมดาเปิดโล่งด้านหน้า | 106<br>(46.1) | 59<br>(25.7) | 165<br>(71.7) |
| เป็นห้องติดกระจก | 38<br>(16.5) | 15<br>(6.5) | 53<br>(23.0) |
| อื่น ๆ | 5<br>(2.2) | 7<br>(3.0) | 12<br>(5.2) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 3.943$ , $df = 2$ , $\chi^2_{table} = 5.991$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_o$ = ลักษณะร้านค้าของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ลักษณะร้านค้าของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 3.943$ , $\chi^2_{table} = 5.991$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ ลักษณะร้านค้ากับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.11 ร้านค้ากับที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการ

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มร้านค้าที่คนละบริเวณกับที่อยู่อาศัย จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 ร้านค้าอยู่ที่เดียวกับร้าน จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 และร้านค้าแยกต่างหากแต่อยู่บริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัย จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีร้านค้าอยู่ที่เดียวกับที่อยู่อาศัย มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.51

ตาราง 4.51 ตารางแสดงร้านค้ากับที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ร้านค้ากับที่พักอาศัย | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| อยู่คนละบริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัย | 51<br>(22.2) | 19<br>(8.3) | 70<br>(30.4) |
| อยู่คนบริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัย | 98<br>(42.6) | 62<br>(26.9) | 160<br>(69.6) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 7.610$ , $df = 1$ , $\chi^2_{table} = 3.841$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = ร้านค้ากับที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

$H_1$ = ร้านค้ากับที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 7.610$ , $\chi^2_{table} = 3.841$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_1$ นั่นคือ ร้านค้ากับที่อยู่อาศัยกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำมีความสัมพันธ์กัน

4.6.12 ยอดจำหน่าย

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่ยอดจำหน่ายไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.4 ยอดจำหน่าย 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1 ยอดจำหน่าย 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และยอดจำหน่ายมากกว่า 5,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มียอดจำหน่าย 1,000 – 2,000 บาท มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.52

ตาราง 4.52 ตารางแสดงยอดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ยอดจำหน่ายต่อวัน | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ไม่เกิน 3,000 | 93<br>(40.4) | 47<br>(20.4) | 140<br>(60.9) |
| 3,001-4,000 | 14<br>(6.1) | 13<br>(5.7) | 27<br>(11.7) |
| 4,001-5,000 | 16<br>(7.0) | 6<br>(2.6) | 22<br>(9.6) |
| มากกว่า 5,000 | 26<br>(11.3) | 15<br>(6.5) | 41<br>(17.8) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 4.646$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.819$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ = ยอดจำหน่ายต่อวันของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ยอดจำหน่ายต่อวันของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 4.646$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ ยอดจำหน่ายต่อวันกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.13 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า (ไม่รวมต้นทุนสินค้า)

จากการศึกษา ผู้ประกอบการร้านขายของชำ จำนวน 230 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 ได้แก่ กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.6 ค่าใช้จ่าย 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 ค่าใช้จ่าย 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.9 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการปรับปรุงร้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านขายของชำ มีความต้องการปรับปรุงร้าน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 10,000 บาท มีความต้องการปรับปรุงร้านมากที่สุด ดังแสดงในตาราง 4.53

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.53 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า (ไม่รวมต้นทุนสินค้า)ของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการปรับปรุงร้านค้า

| ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือน | ผลการศึกษา | | รวม |
|---|---|---|---|
| | ต้องการ | ไม่ต้องการ | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 75<br>(50.3) | 48<br>(59.2) | 123<br>(53.5) |
| 10,001-20,000 | 39<br>(17.0) | 16<br>(7.0) | 55<br>(23.9) |
| 20,001-30,000 | 19<br>(8.3) | 11<br>(4.8) | 30<br>(13.0) |
| ตั้งแต่ 30,000 บาท | 15<br>(6.5) | 6<br>(2.6) | 21<br>(9.1) |
| รวม | 149<br>(64.8) | 81<br>(35.2) | 230<br>(100.0) |

$\chi^2_{cal} = 2.805$ , $df = 3$ , $\chi^2_{table} = 7.815$

แต่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัวกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำของผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติ Chi – Square โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_o$ = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนของผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

$H_1$ = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการปรับปรุงร้าน

จากการศึกษา พบว่า ค่าสถิติมีค่า Chi-Square $\chi^2_{cal} = 2.805$ , $\chi^2_{table} = 7.815$ แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน $H_0$ นั่นคือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนกับความต้องการปรับปรุงร้านขายของชำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved