

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาค้างนี้คือ ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ลักษณะ คือ ดำเนินการเก็บรวบรวมจากธุรกิจค้าปลีกที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจำนวน 120 ร้านค้า ซึ่งครอบคลุมในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่และรวบรวมจากข้อมูลเอกสารทางวิชาการ รายงานและวิทยานิพนธ์ ตลอดจนเอกสารเผยแพร่ของธุรกิจร้านค้าที่อยู่ในวงการค้าปลีก ซึ่งสามารถตั้งเป็นสมมุติฐานได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก จะขยายตัวออกไปตามแหล่งชุมชนและเส้นทางคมนาคม
2. เงินลงทุน ผลตอบแทน และผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จะเป็นข้อกำหนดขนาดของธุรกิจค้าปลีก
3. ความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในแต่ละชุมชน จะมีผลต่อการกำหนดรูปแบบของธุรกิจ

โดยผลที่ได้จากการทำการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ลักษณะของการกระจายตัวของที่ตั้งร้านค้าปลีกประเภทคอนวีเนียนสโตร์ร้อยละ 82.56 ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่หรือบริเวณที่รถยนต์เข้าถึงได้ ทั้งนี้เพราะเจ้าของกิจการจะคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้าเป็นสำคัญประกอบกับธุรกิจค้าปลีกดังกล่าวมีมานานแล้วตั้งแต่ชุมชนเริ่มก่อตั้ง ทำให้ต้นทุนของอาคารและที่ดินยังไม่สูงมากนักและความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของร้านค้ากับลูกค้า เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานของคนในสังคมย่อยๆ ที่สะสมผ่านช่วงเวลาที่ยาวนานพอสมควร อันเป็นลักษณะพึงพาค้ำซึ่งกันและกัน เมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะปัจจุบัน ราคาเช่าพื้นที่เพื่อประกอบกิจการค้าปลีกจะสูงมากกว่าผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้รับ ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ มักจะไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ เนื่องจากรูปแบบของร้านค้าปลีกประเภทคอนวีเนียนสโตร์ (convenient store) จะแข่งขันกันโดยมุ่งเน้นถึงความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า สามารถมองเห็นหน้าร้านได้อย่างชัดเจน และมีสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาสู่ร้านค้าของตนได้มากกว่าร้านค้านอื่นๆ โดยอาศัยกลไกราคาและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่นๆมาทดแทน ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินกิจการสูงขึ้น โดยมักจะมองข้ามรายละเอียดเล็กน้อย ที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนขายและคนซื้อ ตลอดจนการสร้างแรงดึงดูดใจให้กับร้านค้าของตนเอง สิ่งต่างๆ เหล่านี้บรรดาร้านค้าปลีกในอดีตสามารถทำได้ดีกว่าในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการพึงสังวรในรูปแบบหรือวัฒนธรรมการค้าปลีกแบบเดิมๆ  
ที่มีส่วนคืออยู่เช่นกันและนำที่จะนำมาใช้เป็นจุดเด่นของร้านค้าตนเอง เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจลูกค้าที่  
สำคัญอีกประการหนึ่งได้อย่างดีทีเดียว



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved