

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อสำรวจสภาวะการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และเพื่อสำรวจความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประชากรคือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชห่วย) พื้นที่ในการศึกษาจำแนกออกเป็น 5 กลุ่มหรือภาค ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 กรุงเทพฯและปริมณฑล กลุ่มที่ 2 ภาคกลางและภาคตะวันออก กลุ่มที่ 3 ภาคเหนือ กลุ่มที่ 4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและกลุ่มที่ 5 ภาคใต้ โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นร้านค้าปลีกกลุ่มละ 50-70 ร้าน มีกลุ่มประชากรเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มหรือภาคละ 50-70 คน รวมทั้งสิ้น 304 คน การวิจัยประกอบด้วยการสร้างเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบแบบแสดงระดับความคิดเห็นเป็น Rating scales และแบบคำถามปลายเปิด มีทั้งสิ้น 6 ตอน โดยตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตอนที่ 3 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตอนที่ 4 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตอนที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และตอนที่ 6 สภาพปัญหาและอุปสรรค ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าและมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือโดยนักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยเข้าไปสอบถามด้วยวาจาในทุกพื้นที่เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตการวิจัย และนำมาสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลที่เป็นความเรียงใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาความเรียง และกระบวนการประชุมหารือของคณะผู้วิจัยและคณะที่ปรึกษาการวิจัย สรุปผลการวิจัยเป็นดังนี้

5.1 ผลของการวิจัย

5.1.1 กลุ่มตัวอย่างและสภาพของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.1.1.1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 100 ครอบคลุมทั้ง 5 กลุ่มหรือภาค ส่วนมากเป็นเจ้าของร้าน เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา/มัธยมและปริญญาตรี

5.1.1.2 สถานภาพของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ร้านค้าส่วนมากมีขนาด 1-2 คูหา / แผง อยู่ติดถนนใหญ่ ไม่มีแอร์ เปิดโล่ง เปิดดำเนินการวันละ 9-12 ชั่วโมง ส่วนมากมีลูกจ้าง 1-3 คน เปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี และลักษณะกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ลักษณะการบริหารดำเนินการด้วยตนเอง เน้นที่การเงินเป็นหลัก สำหรับด้านการตลาดและการบริหารงานบุคคลมีการดำเนินงานน้อย และแทบจะไม่มี การดำเนินงานด้านการผลิต ยอดขายต่อวันเฉลี่ยมากกว่า 9,000 บาท

5.1.2 สถานะการแข่งขันทางธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.1.2.1 สถานะธุรกิจของร้านค้าปลีก

การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนยอดขายที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5 ส่วนผลกำไรของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีทิศทางคงที่และมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5 และสินทรัพย์ของธุรกิจร้านค้าปลีกมีทิศทางเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี

5.1.2.2 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

ในภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ถูกกระทบจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบเรียงตามที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด 3 อันดับคือ ด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้าน ด้านการตลาด และความหลากหลายของสินค้า

5.1.3 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ภาพรวมธุรกิจร้านค้าปลีก มีการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในภาพรวมทุกภาคอยู่ในระดับปานกลาง ระดับการเปลี่ยนแปลงจากมากไปหาน้อยเป็นดังนี้ การบริหารการเงิน การตลาด การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป และการจัดการข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ธุรกิจร้านค้าปลีกส่วนมากอยู่ในการระคับระคอง โดยอาศัยเงินทุนทรัพย์สินเดิม มาใช้ในการทำธุรกิจด้านอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับร้านโชห่วย นำมาเป็นรายได้หลักและรายได้เสริม โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือจากการเป็นธุรกิจหลักเปลี่ยนมาเป็นธุรกิจรอง และมีแนวโน้มที่จะปิดตัวลงหรือผันตัวไปทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเช่น เรื่อง ธุรกิจเกี่ยวกับการปล่อยดอกเบี้ยเงินกู้ นอกกระบบ

5.1.4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.1.4.1 จุดแข็งของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า
- 2) การสั่งงานภายในร้าน
- 3) การเงิน
- 4) ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- 5) การจัดซื้อ

5.1.4.2 จุดอ่อนของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1) การบริหารต้นทุน
- 2) วิธีการบริหารสมัยใหม่
- 3) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์
- 4) การจัดการสต็อกสินค้า
- 5) คุณภาพของพนักงาน

5.1.4.3 โอกาสของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีปัจจัยที่เป็นโอกาส 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1) คู่แข่งขันที่เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้วยกัน
- 2) เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน
- 3) ชุมชนละแวกใกล้เคียง
- 4) สมาคมการค้าปลีก / ชมรมที่เกี่ยวข้อง
- 5) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

5.1.4.4 ภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีปัจจัยที่เป็นภัยคุกคาม 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1) กฎหมาย/กฎเกณฑ์ของรัฐบาล
- 2) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- 3) สภาพสังคมและค่านิยม
- 4) คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่
- 5) การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

5.1.5 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจน้อย ลักษณะของการเชื่อมโยงเป็นเพียงการติดต่อกับผู้ผลิตและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มกับผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกัน ส่วนแนวโน้มในการเชื่อมโยงธุรกิจหรือเข้าถึงแหล่งผลิตมีน้อย

ลักษณะการบริหารจัดการยังเป็นรูปแบบของเจ้าของผู้เดียว โดยมีการตัดสินใจในธุรกิจด้วยตนเองทั้งเรื่องการเลือกสินค้าเข้าร้านและเรื่องอื่นๆ ส่วนแหล่งเงินทุนในการค้าขายส่วนใหญ่อาศัยเครดิตทางการค้าและมีบางส่วนที่ใช้เครดิตจากธนาคาร

5.1.6 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีปัญหาและอุปสรรคแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

5.1.6.1 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับสูง

เรียงตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย

- 1) เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง
- 2) ความหลากหลายของสินค้า
- 3) เงินทุน
- 4) ความทันสมัย / เทคโนโลยี
- 5) การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์

5.1.6.2 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับรองลงมา

เรียงตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย

- 1) ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย
- 2) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- 3) การจัดวางสินค้า
- 4) การบริการลูกค้า

5.1.7 ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มี 5 ด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย

- 1) เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก
- 2) เสริมความรู้ด้านการตลาดค้าปลีก
- 3) เงินทุน
- 4) เสริมความรู้ด้านการจัดการการเงิน
- 5) เสริมความรู้ด้านการบริการ

5.1.8 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมี 5 ด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย

- 1) ให้อำนาจรัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย
- 2) ให้อำนาจรัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
- 3) จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก
- 4) จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก
- 5) ให้อำนาจรัฐช่วยเหลือเงินทุน
- 6) จัดอบรมด้านการเงิน
- 7) จัดอบรมด้านการบริการ

5.2 การสรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วย

5.2.1 สถานะการแข่งขันทางธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.2.1.1 สถานะธุรกิจของร้านค้าปลีกยังมีลักษณะกิจการที่เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว และบริหารงานด้วยตนเอง การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนยอดขายที่คงที่ หากเปลี่ยนแปลงก็บวกลบไม่เกินร้อยละ 5 ส่งผลให้ผลกำไรของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคงที่มีทิศทางเดียวกันกับยอดขาย แต่ในด้านสินทรัพย์ของธุรกิจร้านค้าปลีกมีทิศทางเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

5.2.1.2 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ถูกระทบโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.93) โดยด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้านมีผลกระทบมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.52) รองลงมาคือด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.39) และความหลากหลายของสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.13) ตามลำดับ

5.2.2 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้มีการเปลี่ยนแปลงจากที่มีการบริหารงานที่ใช้การตัดสินใจด้วยตนเองโดยอาศัยประสบการณ์ มาเป็นการใช้หลักการบริหารงานสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารการเงิน การบริหารการเงิน และการจัดการข้อมูลข่าวสาร

ลักษณะของโครงสร้างจากธุรกิจร้านโชห่วยเพียงอย่างเดียว มาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้กู้เงินนอกระบบ โดยเป็นธุรกิจเสริม และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงเป็นธุรกิจหลัก

5.2.3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.2.3.1 จุดแข็งของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย

- 1) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า
- 2) การสั่งงานภายในร้าน
- 3) การเงิน
- 4) ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- 5) การจัดซื้อ

5.2.3.2 จุดอ่อนของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย

- 1) การบริหารต้นทุน
- 2) วิธีการบริหารสมัยใหม่
- 3) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์
- 4) การจัดการสต็อกสินค้า
- 5) คุณภาพของพนักงาน

5.2.3.3 โอกาสของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย

- 1) คู่แข่งขันร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 2) เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน
- 3) ชุมชนละแวกใกล้เคียง
- 4) สมาคมการค้าปลีก / ชมรม
- 5) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

5.2.3.4 ภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย

- 1) กฎหมาย / กฎเกณฑ์ของรัฐบาล
- 2) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- 3) สภาพสังคมและค่านิยม
- 4) คู่แข่งขันร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- 5) การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

5.2.4 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจมีน้อย เป็นเพียงการติดต่อกับผู้ผลิตและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในระหว่างกลุ่มกับผู้ค้าด้วยกัน ไม่การรวมกลุ่มในเรื่องการบริหารจัดการสินค้าและการบริหารการเงิน

5.2.5 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5.2.5.1 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมระดับสูง ประกอบด้วย

- 1) เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง
- 2) ความหลากหลายของสินค้า
- 3) เงินทุน
- 4) ความทันสมัย / เทคโนโลยี
- และ 5) การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์

5.2.5.2 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในระดับรองลงมา

- ประกอบด้วย 1) ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย
- 2) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- 3) การจัดวางสินค้า และ 4) การบริการลูกค้า

5.2.6 ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก 2) เสริมความรู้ด้านการตลาดค้าปลีก 3) เงินทุน 4) เสริมความรู้ด้านการจัดการการเงิน และ 5) เสริมความรู้ด้านการบริการ

5.2.7 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยภาพรวมมีความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับต่อไปนี้ คือ 1) ให้รัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย คิดเป็นร้อยละ 22.15 2) ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 16.79 3) จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 15.57 4) ช่วยเหลือเรื่องเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 13.95 5) จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 11.63 6) จัดอบรมด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.31 7) จัดอบรมด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 8.49 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.11

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากร้านค้าปลีกกลุ่มอบรมสัมมนา

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง ความหลากหลายของสินค้า ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การจัดวางสินค้า และการบริการลูกค้า
- 2) ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก ด้านการตลาดค้าปลีก ด้านเงินทุน และด้านการบริการ
- 3) ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ 3.1) ให้รัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย 3.2) ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก 3.3) จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก 3.4) ช่วยเหลือเรื่องเงินทุน และ 3.5) จัดอบรมด้านการบริการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชห่วย) และร้านค้าปลีกอื่นๆ ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ หรือต่อยอดการวิจัย ไปสู่การดำเนินแผนหรือโครงการช่วยเหลือและอนุรักษ์การค้าปลีกแบบดั้งเดิมทั่วประเทศ
- 2) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช และสถาบันอุดมศึกษาที่มีคณะที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ ควรร่วมมือกันพัฒนาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าปลีกที่ดำเนินการในประเทศไทย ให้เกิดนโยบายร่วมเพื่อการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

3) สมาคม ชมรม เครือข่าย ที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก ควรนำผลการวิจัยไปสู่การประยุกต์ และพัฒนาไปสู่การผลักดันให้เกิดนโยบายระดับชาติ ให้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างเร่งด่วน

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมร้านค้าปลีก ควรนำผลการวิจัยไปสู่การทดลองและกำหนดเป็นโครงการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาร้านค้าปลีกทั่วประเทศ

5.3.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัย

1) กระบวนการวิจัยมีข้อจำกัดในการให้ข้อมูลของบุคลากรของร้านค้าปลีก เนื่องจากส่วนมากจะเป็นเจ้าของกิจการและไม่มีเวลาในการให้ข้อมูลทำให้ต้องใช้เวลามากและเข้าหากลุ่มตัวอย่างได้ยาก การเก็บข้อมูลในลักษณะนี้ ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กระทรวงพาณิชย์ เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยเพื่อให้เกิดความร่วมมือ และควรเก็บข้อมูลในกระบวนการประชุมหรือสัมมนา เพื่อให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสในการชี้แจงให้เห็นผลการวิจัยจะส่งเสริมสนับสนุนผู้ให้ข้อมูลอย่างไร

2) การวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการวิจัยเชิงสำรวจ และผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลของคณะผู้วิจัย ยังขาดการนำเสนอหรือสอบถามผลการวิจัย จึงควรนำผลการวิจัยเข้าสู่กระบวนการนำเสนอและประชุมระดมสมองตัวแทนร้านโชห่วยหรือตัวแทนสมาคม เพื่อพัฒนาผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติ หรือนำเสนอเป็นแผนการดำเนินงานโครงการแก้ไขปัญหาร้านโชห่วย

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ควรให้ความสำคัญการวิจัยเพื่อส่งเสริม และอนุรักษ์ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่กำลังถูกกระแสทุนขนาดใหญ่ทำให้การค้าปลีกสูญหายและทำลายวัฒนธรรม

5.3.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานรัฐต่อการส่งเสริมการค้าปลีก ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

2) การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีก และกระบวนการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการส่งเสริมการค้าปลีก

3) การศึกษาและพัฒนา รูปแบบการค้าปลีกในร้านค้าหลากหลายประเภท เพื่อให้สามารถต่อสู้กับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน

4) การพัฒนานโยบายการค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อให้รัฐบาล หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน สามารถนำไปใช้ในการผลักดันไปสู่การพัฒนาแผนและนำไปสู่การปฏิบัติ

5) การวิจัยเพื่อห้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช เป็นศูนย์กลางประสานเครือข่ายร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม