

การบริหารงานร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในโดยเจ้าของกิจการ

ร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน มีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เป็นกิจการที่คนทั่วไปสามารถทำได้ไม่ยาก ด้วยเงินทุนไม่มากนัก เจ้าของกิจการอาจเป็นผู้ดำเนินกิจการเอง โดยมีลูกจ้างช่วยประกอบกิจการด้วยเพียงไม่กี่คน ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย 2 ใน 4 ของคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารกิจการต้องเป็นตัวของตัวเองไม่ขึ้นอยู่กับใคร โดยปกติแล้ว ตัวผู้จัดการจะเป็นเจ้าของกิจการเอง
2. เงินทุน โดยมากมาจากเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวหรือกลุ่มคนเพียงไม่กี่คน
3. สถานที่ดำเนินงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในท้องที่ซึ่งเจ้าของกิจการมีภูมิลำเนาอยู่
4. ขนาดของกิจการ จะเป็นกิจการขนาดเล็ก

ข้อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดเล็กกับธุรกิจขนาดใหญ่ <sup>1/</sup>

คำจำกัดความของคณะกรรมการเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ (Committee for Economic Development) ได้กำหนดถึงคุณสมบัติที่แตกต่างกันระหว่างธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนี้

<u>ธุรกิจขนาดเล็ก</u>	<u>ธุรกิจขนาดใหญ่</u>
1. เจ้าของมักเป็นผู้จัดการเอง	1. คนอื่นเป็นผู้จัดการ
2. ปกติแล้วปฏิบัติงานในท้องถิ่น	2. เป็นการปฏิบัติงานเป็นเขตหรือทั่วประเทศ
3. มีโครงสร้างขององค์กรอย่างง่าย ๆ	3. โครงสร้างขององค์กรซับซ้อน
4. ส่วนมากมีเจ้าของคนเดียว	4. มักเป็นบริษัท

1. นิพัทธ์ ศิธรประสงค์, สมยศ นาวิการ, "ธุรกิจขนาดย่อม" ธุรกิจเบื้องต้น ।

(กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519) หน้า 75-76

- |                                  |                                     |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| 5. เจ้าของคุ้นเคยกับคนงานทั้งหมด | 5. เจ้าของไม่ค่อยรู้จักคนงานมากนัก  |
| 6. เสี่ยงต่อการล้มเหลวมาก        | 6. มีเปอร์เซ็นต์จะล้มเหลวน้อย       |
| 7. เจ้าของจะเป็นผู้บริหารทั้งหมด | 7. ปกติแล้วใช้ผู้เชี่ยวชาญบริหารงาน |

ความสำคัญและหน้าที่ความรับผิดชอบโดยทั่วไปของร้านค้าขายปลีก <sup>1/</sup>

ก. ความสำคัญและหน้าที่ของกิจการร้านขายปลีกที่มีต่อผู้บริโภค

1. ร้านขายปลีกปฏิบัติหน้าที่คล้ายเป็นตัวแทนซื้อของผู้บริโภค
2. ร้านขายปลีกช่วยให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าด้วยวิธีการที่สะดวกและง่ายที่สุด ตั้งอยู่ในย่านการคมนาคมที่สะดวก มีพนักงานขายที่คล่องแคล่วมีมารยาทดี
3. ร้านขายปลีกจะทำหน้าที่คาดคะเนความต้องการของผู้บริโภค แล้วจัดหาสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการในราคายุติธรรม
4. จำแนกสินค้าออกเป็นลายน้อย เช่น การแบ่งเป็นหน่วย ชิ้น ขวด กระป๋อง หีบห่อเล็ก ๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้ของลูกค้า
5. ร้านค้าปลีกจะต้องรวบรวมสินค้าจากแหล่งผลิตต่าง ๆ จากสินค้าที่มีคุณภาพพอใช้ได้จนถึงคุณภาพดี ตลอดจน ขนาด สี แบบให้เหมาะกับฤดูกาล เพราะผู้บริโภคมีรายได้ฐานะ ความเป็นอยู่ พื้นฐานการศึกษาแตกต่างกัน
6. การเก็บรักษาสินค้าให้พร้อมอยู่เสมอ เพื่อรอการจำหน่ายตามวัน เวลา สถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ เมื่อผู้บริโภคไปหาซื้อที่ร้านก็สามารถสนองความต้องการได้ทันที
7. ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคจนถึงบ้าน รับประกันคุณภาพถ้าสินค้าชำรุดเสียหาย ต้องรับคืนหรือซ่อมแซมให้โดยไม่คิดมูลค่าตามกำหนดระยะเวลา
8. ให้บริการทางด้านสินเชื่อ ด้วยการซื้อสินค้าเงินผ่อนระยะสั้น ระยะยาวตามประเภทของสินค้า

ข. ความสำคัญและหน้าที่ของกิจการขายปลีกที่มีต่อผู้ผลิตและผู้ค้าส่ง

1. ปฏิบัติหน้าที่คล้ายเป็นผู้เชี่ยวชาญในการขายสินค้าและบริการให้กับผู้ผลิต และผู้ค้าส่ง

---

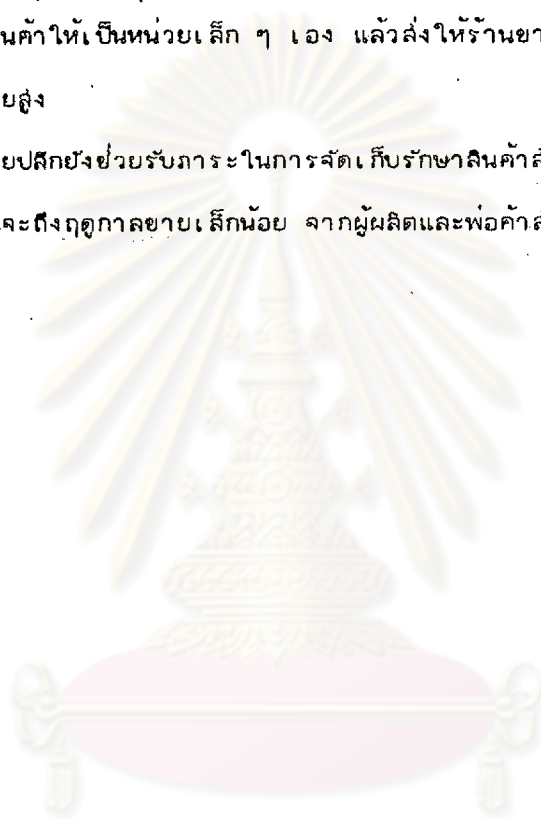
1. ตำราธุรกิจ ชัยสันนิท, การดำเนินงานร้านขายปลีก (กรุงเทพมหานคร หลก.หนึ่ง เลิศการพิมพ์, 2525) หน้า 35-36

2. สัตแสดงสินค้า โฆษณาประชาสัมพันธ์ ชักชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ ช่วยให้สินค้าของผู้ผลิต พ่อค้าส่งขายได้มากยิ่งขึ้น

3. หาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการแบบรสนิยม สี ของลูกค้า ให้กับผู้ผลิตและพ่อค้าส่ง หรือทำหน้าที่เป็นล่ามที่ถ่ายทอดความต้องการของลูกค้าให้กับผู้ผลิตและพ่อค้าส่ง

4. แบ่งสินค้าที่จำหน่าย จากหน่วยใหญ่ ๆ ให้เป็นหน่วยเล็ก ๆ เพราะถ้าผู้ผลิตและพ่อค้าส่ง ต้องคัดแบ่งสินค้าให้เป็นหน่วยเล็ก ๆ เอง แล้วส่งให้ร้านขายปลีก จะทำให้ไม่สะดวกในการขนส่ง เสียค่าใช้จ่ายสูง

5. ร้านขายปลีกยังช่วยรับภาระในการจัดเก็บรักษาสินค้าส่วนหนึ่ง และยอมรับการส่งมอบสินค้าล่วงหน้าก่อนที่จะถึงฤดูกาลขายเล็กน้อย จากผู้ผลิตและพ่อค้าส่ง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลักษณะการบริหารงานร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ดำเนินงานค้าภายในร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ที่ทำหน้าที่บริหารงานภายในร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของร้านค้าดำเนินการเอง และให้คนอื่นเป็นผู้ช่วย บางร้านมีผู้จัดการบริหารงานร้านค้า โดยผู้จัดการร้านค้าในความส่งเสริมจะมีความสัมพันธ์เป็นเครือญาติกับเจ้าของกิจการ สลับมากแล้วจะเป็นภรรยาของเจ้าของร้าน หรือเป็นบิดา บุตร ฯลฯ เข้ามาช่วยบริหารงานร้านค้า เจ้าของกิจการจะเป็นผู้เก็บรักษาเงินของร้านค้า

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า เจ้าของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคาบูติธรรมที่ดำเนินการเองมีจำนวนเปรียบเทียบใกล้เคียงกันมาก คือร้อยละ 72.62 70.00 และ 71.43 ตามลำดับ และร้อยละของการมีผู้จัดการบริหารงานของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และร้านจำหน่ายสินค้าราคาบูติธรรมก็ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 27.18, 30.00 และ 28.57 ตามลำดับ

จากการสำรวจของกรมการค้าภายในพบว่า ผู้ดำเนินงานค้าร้านค้าในความส่งเสริมจะจบการศึกษาเพียงระดับ ป.4 เป็นส่วนใหญ่ แล้วออกมาทำกิจการร้านค้าขายปลีก เพราะเป็นอาชีพที่สามารถทำได้ง่าย และพอมีกำไรเลี้ยงตัวเองไม่ต้องใช้ความรู้มาก และเพศไม่เป็นอุปสรรคในการเปิดกิจการร้านขายปลีก อย่างไรก็ตาม การมีใจรักอาชีพค้าขายเพียงอย่างเดียวเท่านั้นไม่เพียงพอ จะต้องมีความรู้ของนักการค้าประกอบด้วย จึงจะประสบความสำเร็จ กล่าวคือจะต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ <sup>1/</sup>

1. จะต้องสามารถทำงานได้หลาย ๆ ชั่วโมง เนื่องจากตอนกลางวันจะต้องควบคุมดูแลหน้าร้าน พอปิดร้านก็ต้องกลับมาคิดบัญชีต่าง ๆ เวลาของการพักผ่อนนอนหลับมีน้อยกว่าปกติ

1. อานรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

ก. บุญชัย ใจเย็น, นักบริหารเงินล้าน (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิวแมกกาซีน, 2525) หน้า 21, 34-35

ข. ลุมน่า อยู่โพธิ์, การค้าปลีก (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรม-ศาสตร์, 2525), หน้า 34-35

ตารางที่ 11 แสดงผู้ค้าเงินการค้าภายใน ร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีผู้จัดการ	216	27.38	12	30.00	18	28.57
เจ้าของร้านค้าเงินงานเอง	573	72.62	28	70.00	45	71.43
รวม	769	100.00	40	100.00	63	100.00

2. มีความเชื่อมั่นในตัวเอง จะต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง และสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ นอกจากนี้ยังต้อง เชื่อว่า เหตุการณ์ทั้งหลายมีผลมาจากกระทำของตนเองมากกว่าจะเป็นเรื่องของ โชคชะตา
3. เป็นผู้มองการณ์ไกล ไม่นิยมที่จะทำงานแบบลาบลาบ มีแผนการสำหรับเป้าหมายในอนาคต
4. เป็นนักต่อสู้กับปัญหามาาประการ ความสำเร็จของกิจการ เป็นผลมาจากความบากบั่นต่อการแก้ปัญหาและการทำงานอย่างเต็มที่ การต่อสู้กับปัญหาอย่างไม่ย่อท้อและมีจุดยืน จะช่วยให้สามารถย้ดอุปสรรคที่ขวางหน้าได้
5. ตั้งเป้าหมายให้ตนเอง จะต้องตั้งเป้าหมายที่ท้าทายความสามารถของตน แต่เป้าหมายนั้นต้องมีทาง เป็นไปได้
6. เป็นผู้รู้จักแบ่งเบาความเสี่ยง จะต้องคำนวณควมมีเสี่ยงของโอกาสที่จะ ช้้นะ จะไม่เสี่ยงมากหรือน้อยจนเกินไป คือต้องแบกภาระความเสี่ยงให้พอประมาณแก่ตน
7. รู้จักใช้ประส่บการณ์ของความล้มเหลวให้เป็นประโยชน์ เป็นวิถีทางในการเรียนรู้ให้เข้าใจหาสาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลว เพื่อจะได้หลีกเลี่ยงปัญหาชนิดเดียวกัน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต
8. รู้จักใช้ประโยชน์ในการตอบโต้ จะต้องดูว่าการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของตนเป็นอย่างไร และต้องมีการแก้ไขปรับปรุงอย่างไรบ้าง
9. มีความรับผิดชอบ จะต้องยินดีรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวซึ่ง เป็นผลมาจากการดำเนินงานของตน
10. จะต้องรู้จักใช้ทรัพยากร ต้องรู้จักการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายใน และภายนอกกิจการของตนให้เหมาะสม เช่นต้องรู้จักใช้คนให้เหมาะสมกับหน้าที่ รู้จักวิธีการจูงใจลูกค้
11. จะต้องแข่งขันกับตนเอง สบสถิติที่ดีที่สุดของตนเอง พยายามทำงานของตนให้ดีขึ้นเรื่อยๆ
12. มีความเชื่อว่างานจะสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นอยู่ที่การควบคุมของตน
13. มีความอดทนต่อความไม่แน่นอนของ เหตุการณ์ มีความอดทนเป็นพิเศษต่อสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างไม่หวั่นไหว

วัตถุประสงค์ในการ เข้า เป็นร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

จากแบบสอบถามพบว่า วัตถุประสงค์ที่เจ้าของร้านค้าป้ส่กต้องการ เข้า เป็นร้านค้าในความส่งเสริมมีดังนี้ (ดังตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 แสดง วัตถุประสงค์ในการเข้าเป็นร้านค้าในความส่งเสริมของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการป้ายสัญลักษณ์ของกรม	378	27.31	16	25.40	36	30.76
ต้องการได้อินคาร์ทราคาถูกไปขาย	652	47.98	29	46.03	53	45.30
ต้องการกู้เงินจากสำนักงานเงินทุน	259	19.06	15	23.81	19	16.24
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	70	5.15	3	4.76	9	7.70
รวม	1,359	100.00	63	100.00	117	100.00



1. วัตถุประสงค์ที่เจ้าของร้านค้าเข้ามา เป็นร้านค้าในสิ่ง เสริมมากที่สุดคือ ต้องการ ได้สินค้าราคาถูกจากกรมการค้าภายในไปจำหน่าย เช่น ข้าว น้ำตาลทราย สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น ร้อยละของความต้องการสินค้าราคาถูกไปจำหน่ายของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคาถูกยุติธรรม คือร้อยละ 47.98, 46.03 และ 45.30 ตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์อันดับสองของ เจ้าของร้านค้าในความส่งเสริม คือ ต้องการป้าย สัญลักษณ์ของกรมการค้าภายใน เพื่อแสดงให้ผู้ซื้อสินค้าจากร้านเชื่อมั่นว่าจะได้สินค้าราคาถูก ร้อยละของความต้องการป้ายสัญลักษณ์ของกรมการค้าภายในของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคาถูกยุติธรรม คือ ร้อยละ 27.81, 25.40 และ 30.76 ตามลำดับ

3. วัตถุประสงค์อันดับสามของ เจ้าของร้านค้าในความส่งเสริม คือ ต้องการกู้เงินจาก สำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมการค้าของคนไทย กรมการค้าภายใน ร้อยละของความต้องการเงินกู้ จากสำนักงานเงินกู้กรมการค้าภายในของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้า ราคายุติธรรมคือ ร้อยละ 19.06, 23.81 และ 16.24 ตามลำดับ

4. วัตถุประสงค์อันดับสี่ของ เจ้าของร้านค้าในความส่งเสริม คือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่

- เพื่อหาแหล่ง เปรียบเทียบคุณภาพและราคาของด้วย
- ต้องการให้กรมการค้าภายในช่วยเหลือในเรื่องสินค้า
- ต้องการช่วยให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการซื้อ
- ต้องการที่จะเป็นร้านที่ขายดี เพราะมีสินค้าราคาถูกกว่าท้องตลาด
- เพื่อช่วยผู้มีรายได้น้อยได้หาซื้อสิ่งของจำเป็นในภาวะขาดแคลน
- ต้องการขยายกิจการและตรึงราคาเพื่อคนจน

ร้อยละของ วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้า ราคายุติธรรมคือ ร้อยละ 5.15, 4.76 และ 7.70 ตามลำดับ

#### ลักษณะของท่าเลกราค้าของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

การที่ร้านค้าจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ต้องพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ การเลือกทำเลการค้า การที่ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเลือก ที่ตั้งร้านค้าในท้องถิ่นใด ควรพิจารณาจาก ข้อมูล 3 ประการซึ่งเจ้าของกิจการต้องอาศัยการ สังเกต การพูดคุยกับคนในท้องถิ่นที่ตนจะเข้าทำการค้า คือ

1. ความหนาแน่นของประชาชน หรืออัตราประชากร (Population) เพื่อที่จะ วิเคราะห์อัตราประชากร เป็นแนวในการพยากรณ์ยอดขาย ดูว่าทำเลนั้นควรจะมียอดขายหรือ



ปริมาณการขายสินค้าเท่าใด เริ่มแรกควรจะทราบจำนวนที่แน่นอนของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณท้องถิ่นที่จะเลือกเป็นที่ตั้งร้านค้าเสียก่อน จากนั้นควรจะวิเคราะห์ต่อไปว่าในอนาคตจำนวนประชากรในย่านนั้นมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงเท่าไร และควรศึกษาว่าลักษณะของประชากร (Charactor of Population) ว่าส่วนใหญ่เป็นประเภทใดเช่น เป็นคนพื้นเมือง ลูกครึ่งคนจีน คนไทย ตลอดจนศึกษาถึงอาชีพหลักของประชากรด้วยว่าจำแนกเป็นระดับกรรมกร เสมียน ข้าราชการประเภทละเท่าใด

2. กำลังซื้อของประชาชน (Purchasing power) กำลังซื้อของประชาชนนั้นดูได้จากรายได้ของเขาที่เป็นตัวเงินหลังหักภาษีเงินได้ว่ามีมากน้อยแค่ไหน ถ้ามีมากก็สามารถซื้อได้มาก

3. การแข่งขัน (Competition) ต้องดูระดับการแข่งขันของร้านค้าประเภทเดียวกันหรือคล้ายกันในบริเวณนั้น ว่ามีมากหรือไม่ ถ้ามีมากเกินไปความต้องการของผู้บริโภคในเขตท้องถิ่นนั้น อาจทำให้ร้านค้าเล็กล้มกิจการได้ง่าย

จากแบบสอบถาม (ตารางที่ 13) พบว่า ร้านค้าย่อย และร้านค้าย่อยมาตรฐาน จะอยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 46.02 และ 50 ส่วนร้านค้าย่อย และร้านค้าย่อยมาตรฐานที่อยู่ริมถนนใหญ่ มีจำนวนรองลงมา คือร้อยละ 27.5 และ 37.5 ส่วนร้านค้าย่อยและร้านค้าย่อยมาตรฐานที่อยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านน้อย คือร้อยละ 25.88 และ 12.5

สำหรับร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะอยู่ริมถนนใหญ่เป็นจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 49.15 อยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก มีจำนวนรองลงมา ร้อยละ 37.29 ส่วนที่อยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านน้อยร้อยละ 13.56

ถึงแม้ว่าจะมีร้านค้าในความสงบ เสริมที่อยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก เป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ร้านค้าในความสงบ เสริมอาจเกิดปัญหาได้ว่ายอดขายน้อยและไม่ค่อยได้กำไร ร้านค้าเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขาย การตกแต่งหน้าร้านเพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้มาซื้อของมากขึ้น

ลักษณะและกรรมสิทธิ์ของสถานที่ประกอบการค้าของร้านค้าในความสงบ เสริม เขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของอาคาร ลักษณะของอาคารของร้านค้าในความสงบ เสริมส่วนใหญ่จะใช้เป็นที่อยู่อาศัยและทำการค้าขายไปด้วย จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า

ร้อยละของอาคารของร้านค้าย่อยที่เป็นตึกแถว ห้องแถวไม้ บ้านอยู่อาศัยและอื่น ๆ คือร้อยละ 33.88, 13.13, 46.66 และ 6.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยตั้งร้านค้าในความถี่เริ่มเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ริมถนนใหญ่	187	27.50	12	37.50	29	49.15
ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก	317	46.62	16	50.00	22	37.29
ในซอยซึ่งมีคนผ่านน้อย	176	25.88	4	12.50	8	13.56
รวม	680	100.00	32	100.00	59	100.00

ตารางที่ 14 แสดงลักษณะของสถานที่ประกอบการค้าของร้านค้าในคำสั่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคามาตรฐาน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตึกแถว	289	33.88	15	33.33	48	66.67
ห้องแถวไม้	112	13.13	8	17.78	3	4.17
บ้านอยู่อาศัย	398	46.66	19	42.22	18	25.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	54	6.33	3	6.67	3	4.16
รวม	853	100.00	45	100.00	72	100.00

ร้อยละของอาคารของร้านค้าย่อยมาตรฐานที่เป็นตึกแถว ห้องแถวไม้ บ้านอยู่อาศัยและอื่น ๆ คือ ร้อยละ 33.33, 17.78, 42.22 และ 6.67 ตามลำดับ

ร้อยละของอาคารของร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรมที่เป็นตึกแถว ห้องแถวไม้ บ้านอยู่อาศัย และอื่น ๆ คือ ร้อยละ 66.67, 4.17, 25.00 และ 4.16 ตามลำดับ

อาคารของร้านค้าย่อยที่เป็นตึกแถวจะมีลักษณะเป็นตึกแถว 1 คูหาเป็นส่วนใหญ่ จำนวนชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น เป็นตึกแถว 2 คูหาเป็นส่วนใหญ่ มีตั้งแต่ 2 ถึง 3 ชั้น ลักษณะที่เป็นห้องแถวไม้ จะเป็นห้องแถว 2 คูหา 1-2 ชั้น ลักษณะอื่น ๆ คือ ร้านค้ากำลังถูกไล่ที่และอยู่ในระหว่างหาร้านค้าใหม่ เข้าที่ดินปลูกเองชั้นเดียว อยู่ในบริเวณรั้วมีบ้านอยู่อาศัย

อาคารของร้านค้าย่อยมาตรฐานที่เป็นตึกแถวจะมีลักษณะเป็นตึกแถว 3 ชั้น 2 คูหา เป็นอันดับหนึ่ง เป็นตึกแถว 2 ชั้น 2 คูหา เป็นอันดับ 2 นอกนั้นเป็นตึกแถว 3 ชั้น 1 คูหา ตึกแถว 1 ชั้น 2 คูหา ห้องแถวไม้ 1 ชั้น 2 คูหา ห้องแถว 2 ชั้น 3 คูหา ลักษณะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นบ้านสองชั้นอยู่ด้านหลัง ขยายของสองห้องอยู่ด้านหน้า ยังมีที่ดินเหลืออยู่ 2 คูหา พอที่จะทำการค้าได้ เป็นห้องแถวครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 คูหา 2 ชั้น

อาคารของร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรมที่เป็นตึกแถวจะมีลักษณะเป็นตึกแถว 2 คูหา เป็นส่วนใหญ่ จำนวนชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น ลักษณะที่เป็นห้องแถวไม้จะเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 2 คูหา ห้องแถว 2 ชั้น 4 คูหา ห้องแถว 2 ชั้น 3 คูหา ลักษณะอื่น ๆ มีลักษณะที่ซื้อมาโดยการผ่อนส่ง บ้านครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 ชั้น 2 คูหา

กรรมสิทธิ์ในสถานประกอบการ กรรมสิทธิ์ในสถานประกอบการของร้านค้าในคำสั่งเสริม ส่วนใหญ่ที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า

ก) ร้านค้าย่อย ร้อยละของการที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า เข้าซื้อที่ดินและอาคาร และติดภาระใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน คือร้อยละ 61.30 22.17, 10.00 และ 6.53 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ

- การเข้าซื้อที่ดินโดยปลูกอาคารเป็นของตนเอง
- ที่ดินเป็นของกรมการค้าส่ง หรือทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
- เข้าซื้อที่ดินและอาคาร เหลือระยะเวลาผ่อนส่งอีก 10 ปี
- เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า เสียค่าเช่า เดือนละ 2,100 บาท 200 บาท 350 บาท
- แข่งต่อจากผู้อื่น

ตารางที่ 15 แสดงกรรมสิทธิ์ในสถานที่ประกอบการค้าของร้านค้าในความถึง เลิริมเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าซื้อที่ดินและอาคาร	69	10.00	0	-	5	8.62
ที่ดินและอาคาร เป็นของตนเอง	423	61.30	26	83.87	36	62.07
เช่าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า	153	22.17	3	9.68	14	24.14
ติดภาระใช่เป็นหลักทรัพย์ประกันเงินกู้	45	6.53	2	6.45	3	5.17
รวม	690	100.00	31	100.00	58	100.00

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้อยละของการเข้าซื้อที่ดินและอาคาร ที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า และติดภาระใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ คือ ร้อยละ 0, 83, 87, 9.68 และ 6.45 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ

- เข้าที่ดินทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เดือนละ 216 บาท, 560 บาท
- ตึกเช่าจากคนอื่นและยังต้องเสียค่าเช่าประกอบการเดือนละ 200 บาท
- เข้าที่ดิน ส่วนอาคารทางร้านปลูกเองและยังติดภาระเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันอีก 5 เดือน
- เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้าเห็บเดือนละ 60 บาท
- เข้าที่ดินเดือนละ 250 บาท แต่อาคารเป็นของตนเอง

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคาขายดีธรรมดา ร้อยละของที่ดินและอาคารที่เป็นของตนเอง เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า เข้าซื้อที่ดินและอาคาร และติดภาระใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน คือ ร้อยละ 6.2, 07, 24.14, 8.62 และ 5.17 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ

- เข้าอาคารผู้อื่น เสียค่าเช่าเดือนละ 200 บาท, 240 บาท, 350 บาท, 800 บาท เป็นต้น
- เข้าซื้อทั้งที่ดินและอาคาร คงเหลือระยะเวลาผ่อนส่งอีก 6 ปี 17 ปี 20 ปี เป็นต้น
- เข้าที่ดิน แต่อาคารเป็นของตนเอง
- ติดภาระเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเหลือเวลาอีก 3 1/2 ปี

การแข่งขันกับคู่แข่งของร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะการแข่งขันกับร้านค้าปลีกโดยทั่วไปของร้านค้าในความส่งเสริม สามารถขายได้พอ ๆ กัน กล่าวคือ (ตารางที่ 16)

ก. ร้านค้าย่อย ร้อยละของการที่คู่แข่งขายพอ ๆ กัน คู่แข่งขายได้ดีกว่าและคู่แข่งขายไม่ได้ คือร้อยละ 63.77, 25.77 และ 10.46 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้อยละของการที่คู่แข่งขายพอ ๆ กัน คู่แข่งขายไม่ได้และคู่แข่งขายดีกว่า คือร้อยละ 71.43, 17.86 และ 10.71 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคาขายดีธรรมดา ร้อยละของการที่คู่แข่งขายพอ ๆ กัน คู่แข่งขายไม่ได้ และคู่แข่งขายดีกว่า คือร้อยละ 65.45, 20.00 และ 14.55 ตามลำดับ

แม้ว่าร้านค้าในความส่งเสริมส่วนใหญ่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ก็ตาม แต่ก็ทำได้ไม่ใหญ่โตนัก นอกจากนี้ร้านค้าในความส่งเสริมในเขตกรุงเทพมหานคร ยังประสบกับปัญหา

ตารางที่ 16 แสดงความล้มเหลวของร้านค้าแข่งในการแข่งขันกับร้านค้าในคำสั่งเสริม เขตกรุง เทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านจำหน่ายสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คู่แข่งขายดีกว่า	175	25.77	3	10.71	8	14.55
คู่แข่งขายได้พอ ๆ กัน	433	63.77	20	71.43	36	65.45
คู่แข่งขายไม่ดี	71	10.46	5	17.86	11	20.00
รวม	679	100.00	28	100.00	55	100.00





การที่มีห้างสรรพสินค้า เกิดขึ้นเกือบจะทั่วกรุงเทพฯ ห้างสรรพสินค้า เหล่านี้ได้เปรียบร้านค้าทั่วไป เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคมากกว่า มีสินค้าให้เลือกมาก และสินค้าอุปโภคบริโภคบางอย่าง มีราคาถูกกว่าร้านค้าทั่วไป เนื่องจากห้างสรรพสินค้าสามารถซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากจึงได้ส่วนลดมากและสามารถขายได้ในราคาถูก ในขณะที่ร้านค้าทั่วไปรวมทั้งร้านค้าในความส่งเสริม ไม่สามารถที่จะขายสินค้าได้ในราคาถูกกว่า แต่ร้านค้าในความส่งเสริมมีข้อได้เปรียบที่เป็นร้านค้าอยู่ใกล้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น รู้ถึงความต้องการของท้องถิ่น และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ เช่นข้าวสาร จะซื้อจากร้านค้าที่อยู่ใกล้บ้านเป็นส่วนใหญ่ คือไม่เกิน 300 เมตร หรือ 500 เมตร

ดังนั้น เพื่อที่จะทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และทำรายได้ให้มากขึ้น ควรจะมีการปรับปรุงการจัดร้านค้า ซึ่งส่วนใหญ่สดวางของไม่เป็นที่ดึงดูดผู้บริโภค บางแห่งมีลักษณะรกรุงรัง ลึกปรก ซึ่ฝุ่นและหยักไย่กองเต็มไปหมด ผู้บริโภคก็ไม่ค่อยอยากเข้าไป การให้บริการของร้านค้านั้นยังไม่เป็นที่ประทับใจของลูกค้า จึงควรมีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า โดยจะต้องดึงลูกค้าเก่าเอาไว้ และหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ดังนี้

1. มีการตกแต่งภายในร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย คือตกแต่งร้านที่มีอยู่เดิมให้ดี สดวางโชว์สินค้าให้เป็นระเบียบพร้อมป้ายบอกราคา จัดสินค้าแต่ละประเภทให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการหาซื้อ และการจัดส่งสินค้า

2. ต้องเอาชนะใจลูกค้า เจ้าของกิจการต้องคิดว่า "ลูกค้าคือเทพเจ้า" ร้านค้าต้องให้เกียรติและเห็นความสำคัญแก่ลูกค้า ลูกค้านั้นจะมีส่นิยมความต้องการในสินค้าแตกต่างกัน ร้านค้าจึงต้องศึกษาทำา้ในการซื้อ สภาพความเป็นอยู่ของลูกค้าตลอดจนอาชีพ เพศและวัยของลูกค้า ต้องหาวิธีการที่จะเข้าถึงลูกค้าเป็นรายๆ ไป

3. การให้บริการ จำเป็นต้องขยายบริการ การจัดส่งสินค้าตามบ้านให้ทั่วถึง ซึ่งอาจจะเพิ่มอุปกรณ์พวกรถส่งของ, เด็กส่งของ เพื่อบริการแก่ลูกค้า และทำลุ่มจัดส่งของแจกให้กับลูกค้าประจำ

4. การส่งเสริมการขาย ควรจะมีการส่งเสริมการขาย เช่น

- การลดราคาสินค้าบางอย่างลงมา โดยทำใบปลิวแจก สำหรับรายการสินค้าที่ลดราคา มีกำหนดเวลา และสับเปลี่ยนสินค้าลดราคา เมื่อหมดกำหนด ซึ่งร้านค้าในความส่งเสริมสามารถทำได้ โดยไม่ต้องใช้วิธีตกแต่งร้านมาก เช่นการติดตั้งแอร์เพื่อจูงใจลูกค้า เหมือนร้านใหญ่ๆ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง

- ทำแผ่นโพลีเอสเตอร์ติดหน้าร้าน สำหรับฤดูกาลลดราคา

- มิของชำร่วยแจก เมื่อซื้อสินค้าครบตามกำหนด สำหรับลูกค้าประจำที่มีบัญชีอยู่กับ

ที่ร้าน เช่น แคมแก้ว หรือถ้วยชามตามความเหมาะสม

ลักษณะของกิจการในปัจจุบันและเป้าหมายของร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของกิจการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า มีลักษณะเป็นร้านค้าปลีกเป็นส่วนใหญ่ที่ทำการขายส่งด้วยนั้นเป็นส่วนน้อย จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า

ก. ร้านค้าย่อย มีลักษณะของกิจการค้าที่เป็นร้านขายปลีกอย่างเดียว ส่วนใหญ่ขายปลีกขายทั้งปลีกและส่ง และส่วนใหญ่ขายส่ง เทียบได้เป็นร้อยละ 58.15, 33.23, 8.00 และ 0.62 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มีลักษณะของกิจการค้าที่เป็นร้านขายปลีกอย่างเดียว ส่วนใหญ่ขายปลีก ขายทั้งปลีกและส่ง และส่วนใหญ่ขายส่ง เทียบได้เป็นร้อยละ 55.81, 37.21, 6.98 และ 0 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน้ายสินค้ารายค้าอุตสาหกรรม มีลักษณะของกิจการค้าที่ร้านส่วนใหญ่ขายปลีกขายทั้งปลีกและส่ง ขายปลีกอย่างเดียว และส่วนใหญ่ขายส่ง เทียบได้เป็นร้อยละ 41.56, 27.27, 25.97 และ 5.20 ตามลำดับ

สำหรับเป้าหมายในอนาคตของร้านค้าในความส่งเสริม ส่วนใหญ่อยากทำเท่าที่เป็นอยู่ รองลงมาคือ ต้องการขยายกิจการ การเลิกกิจการนั้นมึน้อย จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า

ก. ร้านค้าย่อย ที่มีเป้าหมายต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ ต้องการขยายกิจการอื่น ๆ และเลิกกิจการ เทียบได้เป็นร้อยละ 63.93, 25.00, 8.20 และ 2.87 ตามลำดับ (อื่น ๆ คืออยู่ในข้อที่สามารถขยายกิจการได้ก็จะขายเท่าที่นั้น คิดจะขยายกิจการ ถ้ากรรมการค้าภายในช่วยเหลือ)

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ที่มีเป้าหมายต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ ขยายกิจการ อื่นๆ และเลิกกิจการ เทียบเป็นร้อยละ 64.86, 16.22, 13.51 และ 5.41 ตามลำดับ (อื่น ๆ คืออยากให้กรรมการค้าภายในช่วยเหลือ ทำเป็นร้านขายส่งไม่ได้เนื่องจากไม่ใช่ทำเลการขายส่งและขาดแคลนทุนทรัพย์)

ค. ร้านค้าหน้ายสินค้ารายค้าอุตสาหกรรม ที่มีเป้าหมายต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ ขยายกิจการอื่น ๆ และเลิกกิจการ เทียบได้เป็นร้อยละ 50.00, 40.63, 9.37 และ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงลักษณะของกิจการของร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายปลีกอย่างเดียว	567	58.15	24	55.81	20	25.97
ขายทั้งปลีกและส่ง	78	8.00	3	6.98	21	27.27
ส่วนใหญ่ขายปลีก	324	33.23	16	37.21	32	41.56
ส่วนใหญ่ขายส่ง	6	0.62	-	-	4	5.20
รวม	975	100.00	43	100.00	77	100.00

ตารางที่ 18 แสดงเป้าหมายของเจ้าของกิจการร้านค้าในความล้มเริ่ม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการขยายกิจการ	183	25.00	6	16.22	26	40.63
ทำเท่าที่เป็นอยู่	468	63.93	24	64.86	32	50.00
เลิกกิจการ	21	2.87	2	5.41	-	-
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	60	8.20	5	13.51	6	9.37
รวม	732	100.00	37	100.00	64	100.00

ศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขยายกิจการเป็นร้านขายส่งได้ เนื่องจาก (ตารางที่ 19)

1. ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ
2. ไม่มีลูกค้าประจำ
3. ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ไม่มีลูกค้าประจำ และไม่มีสถานที่เก็บสินค้า
4. ไม่มีสถานที่เก็บสินค้า
5. สาเหตุอันดับสุดท้ายคือ ค่าใช้จ่ายสูง ต้องทำให้มีกิจการขนาดใหญ่จริง ๆ จึงจะคุ้ม

ต้องมีเงินทุนหมุนเวียนสูง ไม่มีกำลังคนพอที่จะทำได้

สาเหตุที่ร้านค้าในคำสั่งเสริมต้องเลิกกิจการ มีได้หลายกรณี เช่น

1. การละเลยทอดทิ้งกิจการ เนื่องมาจากเจ้าของกิจการมีอุปนิสัยไม่เหมาะสมต่อการทำธุรกิจ เช่นชอบเที่ยวเตร่ ความเกียจคร้านของเจ้าของหรือผู้บริหาร ตลอดจนความไม่จริงจัง และความใจเป็นของเจ้าของ เป็นต้น และเจ้าของมีสุขภาพไม่ดี สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวผลักดันให้เกิดการละเลยทอดทิ้งกิจการขนาดย่อมทั้งกิจการขนาดย่อมทั้ง โดยที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ

2. เจ้าของถูกทุจริต เนื่องจากเจ้าของกิจการมีความรู้สึกอยู่ตลอดเวลาว่า เมื่อเป็นธุรกิจขนาดย่อมและบุคลากรส่วนใหญ่ก็เป็นญาติพี่น้องกัน หากไม่จึงต้องมีระเบียบการรับจ่ายเงินให้รัดกุม ยากไปเปล่า ๆ จึงทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีโอกาสทุจริตได้โดยง่าย

3. ความหายนะเนื่องจากความโชคร้าย ความโชคร้ายมักจะเกิดจากไฟไหม้ น้ำท่วม หนีสิน และอื่น ๆ ดังนั้นเพื่อความไม่ประมาทเจ้าของกิจการควรมีการประกันภัยเพื่อป้องกันภัยที่มีได้คาดหวังต่าง ๆ

4. การขาดประสบการณ์ในการดำเนินการธุรกิจ เจ้าของกิจการคิดว่าการดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกเป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย ไม่ต้องใช้ประสบการณ์แต่ใช้การตลาดหรือความถูกต้องไปเรื่อย ๆ ซึ่งกว่าจะรู้ว่าสิ่งไหนผิดสิ่งไหนถูก ก็สายเกินแก้ ต้องเลิกกิจการไป

5. การขาดความสามารถในด้านการวางแผน ไม่มีการวางแผนการทำงาน ไม่ยอมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม

6. การขายได้ไม่ดีเท่าที่ควร เจ้าของกิจการไม่สร้างความพอใจให้เกิดกับลูกค้า ไม่ค่อยขยันหาลูกค้าเพิ่ม การขายใช้แต่เทคนิคดั้งเดิม ทำให้ยอดขายไม่เพิ่มเท่าที่ควร

7. การใช้จ่ายมากเกินไปจนควร เจ้าของกิจการที่ใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่ายเกินตัว ก็จะทำให้กิจการล้มเหลวได้

ตารางที่ 19 แสดงปัญหาในการขยายกิจการ เป็นร้านค้าปลีกของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีสถานที่เก็บสินค้า	93	13.08	3	8.57	8	12.70
ขาดเงินทุน	262	36.85	13	37.14	23	36.51
ไม่มีลูกค้าประจำ	152	21.38	12	34.29	19	30.16
ทั้ง 3 ข้อข้างต้น	151	21.24	3	8.57	9	14.29
อื่น ๆ	53	7.45	4	11.43	4	6.34
รวม	711	100.00	35	100.00	63	100.00

ฐานะทางการเงินของร้านค้าในความเสี่ยง เสริมเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งเงินทุนเริ่มแรกของเจ้าของกิจการส่วนใหญ่ มาจากเงินสะสมของตัวเอง และในปัจจุบันแหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่เจ้าของร้านค้าในความเสี่ยงเสริมได้มาจาก แหล่งต่าง ๆ ดังนี้ (ตาราง 20)

ก. ร้านค้าย่อย มาจาก เงินทุนของตนเอง กู้ยืมจากที่อื่น เช่น ยืมญาติพี่น้องหรือเพื่อนฝูงหรือคนรู้จัก กู้จากธนาคารพาณิชย์ กู้ยืมจากสำนักงานเงินกู้กรรมการค้าภายใน คิดเทียบเป็นร้อยละ 72.79, 16.14, 6.77 และ 4.30 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มาจากเงินทุนของตนเอง กู้ยืมจากสำนักงานเงินกู้กรรมการค้าภายใน กู้ยืมจากที่อื่น ๆ เช่นเดียวกับร้านค้าย่อย กู้จากธนาคารพาณิชย์ คิดเทียบเป็นร้อยละ 62.79, 18.60, 13.96 และ 4.65 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้ารายไตรมาส มาจากเงินทุนของตนเอง กู้จากธนาคารพาณิชย์ กู้ยืมจากที่อื่น ๆ เช่นเดียวกับร้านค้าย่อย กู้จากสำนักงานเงินกู้กรรมการค้าภายใน คิดเทียบเป็นร้อยละ 59.42, 20.29, 14.49 และ 5.80 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในปัจจุบันของร้านค้าในความเสี่ยงเสริม มาจากเงินทุนของตนเอง และร้านค้าย่อยมาตรฐานนิยมใช้แหล่งเงินทุนที่มาจาก การกู้ยืมจากสำนักงานเงินกู้ของกรรมการค้าภายในมากกว่าร้านค้าย่อย และร้านค้าหน่วยสินค้ารายไตรมาส

ถ้าจัดแบ่งเงินทุนหมุนเวียนของร้านซึ่งประกอบไปด้วยเงินสด สินค้าภายในร้านและลูกหนี้การค้าแล้ว พบว่าจากตารางที่ 21, 22

ก. ร้านค้าย่อย มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 40,000 บาท เป็นจำนวนร้อยละ 56.83 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียน 200,000-300,000 บาท 40,000-200,000 บาท และมากกว่า 300,000 บาท คิดเทียบเป็นร้อยละ 31.57, 9.56 และ 2.05 ตามลำดับ และเงินทุนหมุนเวียนดังกล่าวอยู่ในรูปของสินค้าภายในร้าน เงินสดและลูกหนี้การค้า คิดเป็นร้อยละ 50.82, 37.65 และ 11.53 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 40,000 บาท เป็นจำนวนร้อยละ 62.79 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียน 40,000-200,000 บาท มากกว่า 300,000 บาท และ 200,000-300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.60, 13.95 และ 4.65 ตามลำดับ เงินทุนหมุนเวียนดังกล่าวอยู่ในรูปของสินค้าภายในร้าน เงินสด และลูกหนี้การค้า คิดเป็นร้อยละ 50.00, 42.50 และ 7.5 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้ารายไตรมาส มีเงินทุนหมุนเวียน 40,000-200,000 บาท



ตารางที่ 20 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของตนเอง	559	72.79	27	62.79	41	59.42
กู้ยืมจากสำนักงานเงินกู้ยืมกรมฯ	33	4.30	8	18.60	4	5.80
กู้จากธนาคาร	52	6.77	2	4.65	14	20.29
กู้ยืมจากที่อื่น	124	16.14	6	13.96	10	14.49
รวม	768	100.00	43	100.00	69	100.00

ตารางที่ 21 แสดงแหล่งเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า สินค้าราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40,000 บาท	333	56.83	27	62.79	9	16.35
40,000 - 200,000 บาท	185	31.57	8	18.60	18	32.73
200,000 - 300,000 บาท	56	9.56	2	4.65	14	25.46
มากกว่า 300,000 บาท	12	2.05	6	13.95	14	25.46
รวม	586	100.00	43	100.00	55	100.00

ตารางที่ 22 แสดงลักษณะของเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความถี่ เลิร์ม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านจำหน่ายสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	320	37.65	17	42.50	20	25.32
สินค้าภายในร้าน	432	50.82	20	50.00	46	58.23
ลูกหนี้การค้า	98	11.53	3	7.50	13	16.45
รวม	850	100.00	40	100.00	79	100.00

เป็นจำนวนร้อยละ 32.73 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียน 200,000-300,000 บาท มากกว่า 300,000 บาท และต่ำกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.46, 25.46 และ 16.35 ตามลำดับ เงินทุนหมุนเวียนดังกล่าวอยู่ในรูปของสินค้าภายในร้าน เงินสด ลูกหนี้การค้า คิดเป็นร้อยละ 58.23 , 25.32 และ 16.45 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันร้านค้าในความส่งเสริมเงินทุนหมุนเวียนทำการค้าต่ำกว่าที่ระบบของกรมการค้าภายในได้กำหนดไว้เป็นส่วนมาก คือ ร้านค้าย่อยต้องมีเงินทุนหมุนเวียนตั้งแต่ 40,000-200,000 บาท ร้านค้าย่อยมาตรฐานและร้านค้าหน่วยสินค้ารายค้ายุติธรรมมีเงินทุนหมุนเวียนตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ลักษณะเช่นนี้ทำให้ทราบได้ว่าร้านค้าในความส่งเสริมกำลังประสบปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าในความส่งเสริมที่มีความตั้งใจจริงในการทำการค้าขาย แต่มีเงินทุนจำกัด ไม่มีโอกาสที่จะขยายกิจการให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ทางราชการสมควรให้การสนับสนุนช่วยเหลือทางด้านเงินทุน เพื่อให้ร้านค้าย่อยเหล่านี้ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านเพื่อจำหน่ายมากขึ้น โดยจัดตั้ง โครงการให้กู้เงินทุนหมุนเวียนแก่ร้านค้าในความส่งเสริม รายละเอียดของโครงการมีดังนี้คือ

ก. วัตถุประสงค์ เพื่อขยายความช่วยเหลือในด้านเงินทุนให้แก่ร้านค้าย่อยในความส่งเสริมเพิ่มขึ้นจากโครงการเงินกู้เพื่อส่งเสริมอาชีพของคนไทย โดยโครงการนี้จะให้กู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าการกู้เงินโดยทั่วไป แก่ร้านค้าย่อย โดยเงินกู้นี้ต้องนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการซื้อสินค้าเข้าร้านเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคเท่านั้น จะนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นใดมิได้ทั้งสิ้น

ข. แหล่งเงินที่นำมาให้กู้ ใช้เงินของสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมการค้าของคนไทย ที่ฝากไว้กับธนาคารกรุงไทย จำกัด หรือธนาคารกรุงเทพ จำกัด โดยจัดสรรเงินจำนวน 2,000,000 บาท รวมทั้งผลตอบแทนในรูปต่าง ๆ ที่ได้รับจากเงินจำนวนนี้ มาดำเนินการนี้

ค. วงเงินให้กู้อัตราดอกเบี้ยและหลักทรัพย์ค้ำประกัน ร้านค้าย่อยจะขอกู้เงินได้รายละเอียดไม่เกิน 20,000 บาท โดยมีระยะเวลาผ่อนชำระเงินต้นและดอกเบี้ยภายใน 1-2 ปี นับจากวันทำสัญญา โดยมีการปลอดหนี้ 1 เดือนแรก อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 15-16 ต่อปี โดยผู้กู้จะต้องชำระเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นรายเดือนจนกว่าจะครบตามสัญญาและเมื่อชำระเงินครบตามสัญญาแล้ว จะมีสิทธิ์ขอกู้เงินในงวดใหม่ได้ สำหรับหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้อาจใช้สิ่งหาริมทรัพย์ หรือสิ่งหาริมทรัพย์ หรือใช้ตัวแทนกลุ่ม (3 คน) เป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ได้ โดยตัวแทนกลุ่มผู้ค้ำประกันจะต้องลงนามร่วมกันเพื่อการขอกู้และจะต้อง เป็นบุคคลที่สำนักงานเงินกู้ฯ ได้พิจารณาแล้ว

เห็นว่ามีฐานะทางการเงินที่น่าเชื่อถือ

ง. วิธีการขอกู้เงิน

1. ร้านค้าในเขตกรุงเทพฯ ให้ยื่นคำร้องขอกู้ต่อสำนักงานเงินกู้ฯ กรมการค้าภายใน

2. ร้านค้าในส่วนภูมิภาค ให้ยื่นคำร้องขอกู้เงินต่อพาณิชย์จังหวัดนั้น ๆ โดยพาณิชย์  
จะรวบรวมหลักฐานส่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเงินกู้ฯ ซึ่งจะดำเนินการวิเคราะห์ และพิจารณาความ  
เหมาะสมต่อไป หลังจากที่ได้พิจารณาหลักฐานต่าง ๆ แล้วเห็นว่ามีความเหมาะสมและลักษณะครบ  
ถ้วนถูกต้องตามหลักเกณฑ์แล้ว สำนักงานเงินกู้ฯ จะทำเรื่อง เสนอคณะกรรมการเงินกู้ฯ เพื่อ  
พิจารณาอนุมัติ ผลเป็นประการใดแล้วแจ้งให้ผู้กู้ทราบ ซึ่งผู้ได้รับอนุมัติเงินกู้จะต้องปฏิบัติตามระ-  
เบียบและข้อตกลงอื่น ๆ เกี่ยวกับการกู้เงินประเภทนี้อย่างเคร่งครัด

สำหรับเรื่องระเบียบเกี่ยวกับการขอ กู้ การส่งเงินต้นและดอกเบี้ยคืนนั้น อยู่ใน  
ความรับผิดชอบของสำนักงานเงินกู้ฯ

จ. คุณสมบัติของผู้ขอกู้เงิน ร้านค้าในความส่งเสริมที่อยู่ในข่ายได้รับการช่วยเหลือ  
ในร้านเงินกู้ตามโครงการนี้ จะต้องมีความรู้ดังต่อไปนี้

1. เป็นร้านค้าที่อยู่ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี
2. มีสภาพเป็นร้านค้าโดยสมบูรณ์ กล่าวคือ อาคารร้านค้ามั่นคงแข็งแรง มีสินค้า  
ในร้านเพื่อจำหน่ายพอสมควร มีความตั้งใจในการประกอบการค้าอย่างจริงจัง
3. ที่ดินและอาคารร้านค้าเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง หรือถ้าได้ทำสัญญาเช่า จะต้อง  
มีอายุการเช่าคงเหลือไม่น้อยกว่า 5 ปี
4. แจ้งผลการดำเนินงานตามระเบียบของกรมการค้าภายในอย่างติดต่อสืบเนื่อง  
ตามที่กรมฯ กำหนด
5. ควรเป็นร้านค้าในความส่งเสริมที่ฝ่ายประเมินผลจัดประเภทแล้วว่า การดำเนินการ  
การค้าอยู่ในระดับปานกลาง

ฉ. เป้าหมายการให้กู้ ในระยะแรกจะทดลองให้กู้ประมาณ 100 ราย และจะได้พิจารณา  
ให้กู้เพิ่มขึ้นเป็นประจำทุกเดือน หลังจากสำนักงานเงินกู้ฯ ได้รับชำระเงินต้นและดอกเบี้ยคืนใน  
บางส่วนแล้ว

การจัดซื้อสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนในการจัดซื้อสินค้ามีดังนี้

ก. การกำหนดนโยบายการซื้อที่มีประสิทธิภาพ ต้องกำหนดนโยบายการจัดซื้อให้ชัดเจน ครอบคลุมถึงทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ เช่น นโยบายในการเลือกแหล่งซื้อ เนื่องจากมีผู้ขายหลาย รายและสินค้าก็แตกต่างกันทั้งในด้านคุณภาพและแบบ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าก็แตกต่างกัน แต่โดยปกติร้านขายปลีกมักนิยมซื้อจากผู้ขายส่ง

การจะกำหนดนโยบายการสั่งซื้อได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกำหนดประเภทและ ชนิดสินค้า ก็จะต้องดูข้อมูลการขจัดในอดีต และต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ราย การสินค้าที่คงอยู่ในคลังสินค้า การจำแนกประเภทสินค้า จำนวนสินค้าขั้นต่ำที่จำเป็นต้องมีไว้ จำนวนที่จะต้องสั่งซื้อ สัปดาห์เวลาในการสั่งซื้อ

ข. การกำหนดปริมาณการซื้อ ปริมาณการซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาของการสั่งซื้อ การสั่งซื้อจะมีระยะสั้นหรือระยะยาวขึ้นอยู่กับนโยบาย การซื้อแบบต่าง ๆ เช่น ซื้อเมื่อหมด หรือซื้อเพื่อเก็บกำไร และการพิจารณารายละเอียดอื่น ๆ

~~เป็นวงเล็บจะหมด~~ เงื่อนไขข้อตกลง ตลอดจนฐานะการเงินของผู้ค้าปลีก รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับการ เก็บรักษาสินค้าด้วย

2. การกะประมาณยอดขายสำหรับแต่ละงวด

3. สินค้าที่มีอยู่ในมือ และสินค้าที่กำลังสั่งซื้อ

4. สินค้าจำเป็นต้องคงไว้ในสต็อก

5. ระยะเวลาการเดินทางของสินค้า

ค. การเลือกแหล่งสินค้า แหล่งสินค้าที่สำคัญ ๆ มีอยู่ 3 แหล่งใหญ่ด้วยกันคือ

1. ซื้อจากคนกลาง

2. ซื้อจากผู้ผลิต

3. เกษตรกร หรือผู้เพาะปลูก

ง. การพิจารณาเลือกสินค้าเพื่อให้เหมาะสมในการเล่นอขาย ต้องศึกษาว่าลูกค้าต้องการอะไร ภาวะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร ระดับราคาที่จะนำออกขาย การควบคุมสต็อก

จ. การตกลงเงื่อนไขในการซื้อ ต้องทราบเงื่อนไขในการซื้อว่ามีส่วนลดที่เปอร์เซ็นต์ การสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน มีดังนี้(ตารางที่ 23)

ก. ร้านค้าย่อย ส่วนใหญ่สั่งซื้อจากกรมการค้าภายใน โดยคิดเทียบเป็นร้อยละจากการซื้อ

ตารางที่ 23 แสดงการสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย	114	14.04	24	29.63	44	37.93
จากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ	190	23.40	21	25.93	30	25.86
จากกรมการค้าภายใน	262	32.27	13	16.05	21	18.10
จากองค์การคลังสินค้า	161	19.83	18	22.22	13	11.21
อื่น ๆ	85	10.46	5	6.17	8	6.90
รวม	812	100.00	81	100.00	116	100.00



จากกรรมการค้าภายใน จากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากองค์การคส่งสินค้า จากที่อื่น ๆ

คือ ร้อยละ 32.27, 23.40 19.83, 14.04 และ 10.46 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ส่วนใหญ่สั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย โดยคิดเทียบเป็นร้อยละจาก การสั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย จากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากองค์การคส่งสินค้า จากกรรมการค้าภายใน จากที่อื่น ๆ คือ 29.63, 25.93, 22.22, 16.05 และ 6.17 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม ส่วนใหญ่สั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย โดยคิดเทียบเป็นร้อยละจาก การสั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย จากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากกรรมการค้าภายใน จากองค์การคส่งสินค้า จากที่อื่น ๆ คือ 37.93, 25.86, 18.10, 11.21 และ 6.9 ตามลำดับ

การสั่งซื้อจากที่อื่นของร้านค้าในความส่งเสริมได้แก่ ร้านขายสิ่งของที่ซื้อประจำจากต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตในบางโอกาส

#### ปริมาณการสั่งซื้อของร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

การสั่งซื้อของร้านค้าในความส่งเสริมในแต่ละเดือน มีดังนี้

ก. ร้านค้าย่อย ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าในแต่ละเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าในแต่ละเดือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป

#### ช่องทางการจำหน่ายสินค้า

โดยทั่วไปช่องทางการจำหน่ายสินค้า แบ่งออกได้เป็น 2 ระบบ คือ

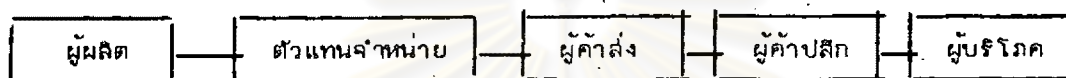
1. ระบบที่มีตัวแทนจำหน่าย จะมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ผลิต
2. ระบบที่ผู้ผลิตจำหน่ายเอง ผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าส่งเอง

ตัวอย่าง แสดงให้เห็นถึงช่องทางการจำหน่ายของสินค้าบางชนิดได้แก่ สินค้าผงซักฟอก และยาสีฟัน เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภค ที่จำเป็นแก่ประชาชนทั่วไปที่จะต้องใช้ทุกครัวเรือน

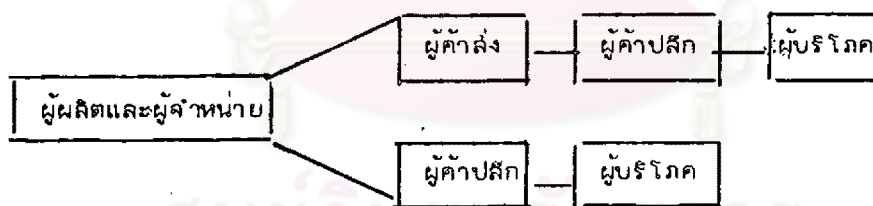
ก. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าผงซีกฟอก

สินค้าผงซีกฟอกโดยทั่วไปมีระบบการจำหน่ายเป็น 2 ลักษณะ คือระบบที่มีตัวแทนจำหน่ายกับระบบที่ผู้ผลิตจำหน่ายเอง

- ระบบที่มีตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้รับภาระค่าขนส่งเอง โดยตัวแทนจำหน่ายจะไปรับสินค้าจากโกดังของผู้ผลิต จากนั้นจึงจะจำหน่ายไปยังผู้ค้าส่ง ในช่วงราคาจำหน่ายนี้ ตัวแทนจำหน่ายมักจะให้ส่วนลดแก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายให้ผู้บริโภคหรือผู้บริโภคนั้นเป็นคนสุดท้าย



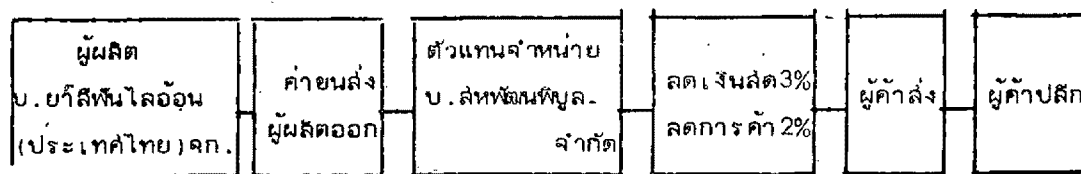
- ระบบที่ผู้ผลิตจำหน่ายเอง ในกรณีที่ผู้ผลิตจะเป็นผู้รับภาระค่าขนส่งในการจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งจะจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีก และผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค สำหรับบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่บางรายได้มีการจัดจำหน่ายโดยตรงให้แก่ร้านค้าปลีกในต่างจังหวัดด้วย โดยมีรถไปจำหน่ายถึงร้านค้า ในช่วงที่ผู้ผลิตจำหน่ายให้แก่ร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีกมักจะให้ส่วนลดแก่ร้านค้าเหล่านั้นด้วย



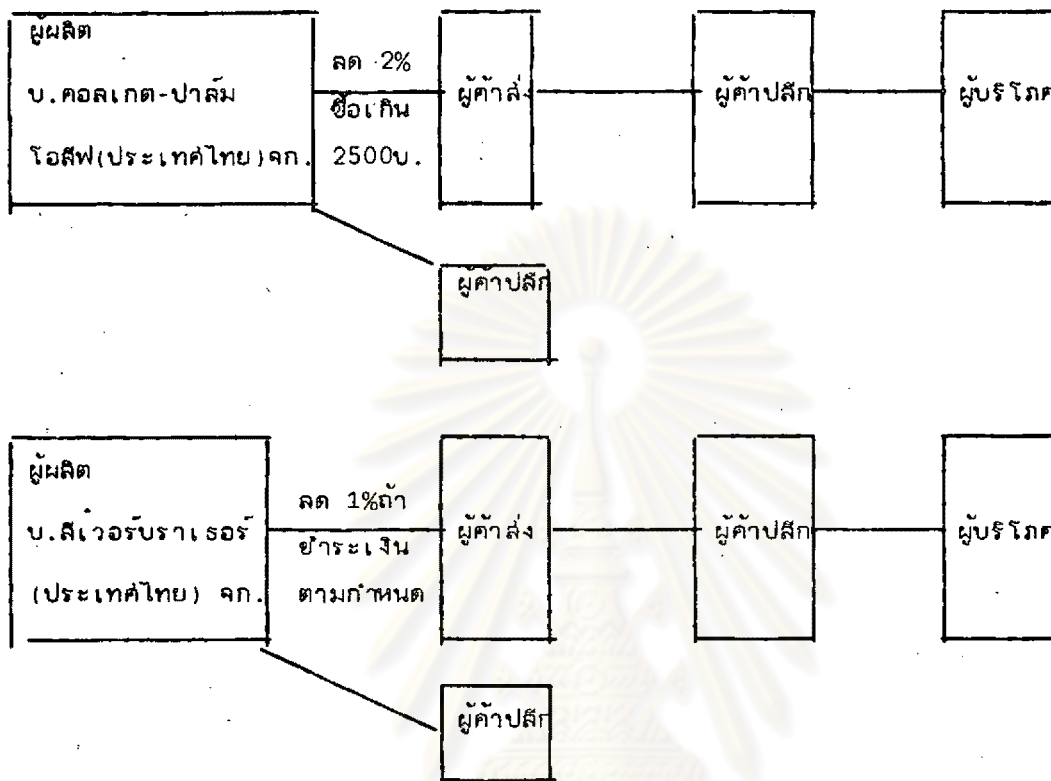
ข. ช่องทางการจำหน่ายสินค้ายาสีฟัน

สินค้ายาสีฟันโดยทั่วไปมีระบบการจำหน่ายเป็น 2 ลักษณะ คือระบบที่มีตัวแทนจำหน่ายกับระบบที่ผู้ผลิตจำหน่ายเอง

- ระบบที่มีตัวแทนจำหน่าย



- ระบบที่ผู้ผลิตจำหน่ายเอง



แหล่งที่มา สำนักงานคณะกรรมการกลางกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริม เขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ส่วนใหญ่แล้วจะซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ห่างจากบ้านในระยะ 300-500 เมตร สินค้าที่ซื้อได้แก่ ข้าวสาร สินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ ร้านค้าที่อยู่ใกล้บ้าน ควรจะมีสินค้าที่สนองความต้องการครบ ในการซื้อสินค้านั้นจะพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา โดยจะต้องมีราคาพอเหมาะกับคุณภาพของสินค้า

การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริม ส่วนใหญ่ ร้านค้าในความส่งเสริมที่ตอบแบบสอบถามนั้นตอบไม่ตรงคำถาม ไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างยอดซื้อ-ขาย ค่าใช้จ่าย ก๊าซ และร้านค้าขาดความตั้งใจที่จะตอบแบบสอบถาม โดยตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ซึ่งเป็นปัญหาในการที่จะได้คำตอบอย่างแท้จริง แต่พอสรุปได้ดังนี้

#### ก. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าย่อย

1. ร้านค้าย่อยที่มีสินค้าในร้านครบตามที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 15 ชนิด มีประมาณ 57.31%
2. ร้านค้าย่อยที่มีสินค้าในร้านมีมูลค่า เกินกว่าที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 20,000 บาทขึ้นไป มีประมาณ 75.22%
3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 8,000-20,000 บาท มีประมาณ 54.63%
4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 1,500-6,000 บาท มีประมาณ 71.7%
5. ก๊าซก่อนหักภาษีแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 2,000-4,500 บาทมีประมาณ 55.22%
6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ผงซักฟอก
7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภค และร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุดตามลำดับคือ
  - ก) สบู่ สบู่ที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุดคือ สบู่ลักซ์ โรเซท โลฟบอย และนกแก้ว
  - ข) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุดคือยาสีฟันคอลเกต ตาร์ที โกลด์ และโซเล็กซ์
  - ค) ผงซักฟอก ผงซักฟอกที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ผงซักฟอกบรีส แพ็บ เปาปูนฉัน และสินไทย
  - ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ น้ำมันพืชก๊วก กิฟ สินไทย และเกสร์
8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้ คือ สินค้าสินไทยชนิดอื่น ๆ นอกจากผงซักฟอก

ข. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าย่อยมาตรฐาน

1. ร้านค้าย่อยมาตรฐานที่มีสินค้าในร้านครบตามที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้

20 ชนิดมีประมาณ 66.67%

2. ร้านค้าย่อยมาตรฐานที่มีสินค้าในร้านมีมูลค่า 100,000 บาทขึ้นไปมีประมาณ

40%

3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 30,000-50,000 บาท มีประมาณ

16.67% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม ยอดขายที่ต่ำกว่า 30,000 บาท มีประมาณ 33.33%

ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนไม่เกิน 6,000 บาท มีประมาณ 53.33% ของร้านค้า

ที่ตอบแบบสอบถาม

5. กำไรก่อนหักภาษีแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 2,000-6,000 บาท มีประมาณ 40%

ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มาก คือ ผงซักฟอก

7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภค และร้านค้าจำหน่ายได้มากตามลำดับคือ

ก) สับ สับที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ สับสักร์ และ โรเซ็ท

ข) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ ยาสีฟันคอลเกตและ ตาร์กี้

ค) ผงซักฟอก ผงซักฟอกที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือ ผงซักฟอกบรึส และ

แพ๊ป

ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือ น้ำมันพืชก๊วก และ ทิว

8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้คือ สินค้าสินไทย

ชนิดอื่น ๆ นอกจากผงซักฟอก

ค. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม

1. ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมที่มีสินค้าในร้านครบตามที่กรมการค้าภายใน

กำหนดไว้ 25 ชนิด มีประมาณ 86.96%

2. ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมที่มีสินค้าในร้านมีมูลค่า 150,000 บาทขึ้นไป

มีประมาณ 71.74%

3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 30,000-110,000 บาท มีประมาณ

28.26% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม ยอดขายที่ต่ำกว่า 30,000 บาทมีประมาณ 28.26%

4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนไม่เกิน 14,000 บาท ประมาณ 58.69% ของร้านค้า
5. ค่าโรก่อนหักภาษีแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 3,000-11,000 บาท ประมาณ 41.30%

ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มาก คือ ผงช็อกฟอก
7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภค และร้านค้าจำหน่ายได้มากตามลำดับคือ
  - ก) สบู สบูที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ สบูลักซ์ ปาล์มมี โรเซท และ โสฟิอ้อย
  - ข) ผงช็อกฟอก ผงช็อกฟอกที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ ผงช็อกฟอก บริส เปาบุ๋น-ฉิ้น และ แพ้
  - ค) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ ยาสีฟันคอลเกต ดาร์กี้ ไกล-ยิด และชือส์ตย์
  - ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ ก๊วก กิพ และสินไทย
8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้ คือสินค้าสินไทย

ชนิดอื่น ๆ นอกจากผงช็อกฟอก

#### ลักษณะของการบริหารงานร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

##### ผู้ดำเนินการค้าภายในร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

ผู้ที่หน้าทีบริหารงานภายในร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของร้านค้าดำเนินการเอง และให้คนอื่นเป็นผู้ช่วย บางร้านมีผู้จัดการบริหารงานร้าน โดยผู้จัดการร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาคมีลักษณะเป็นเครือญาติกับเจ้าของกิจการ เช่นเดียวกับร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าเมื่อเทียบเป็นร้อยละจาก การที่เจ้าของร้านค้าดำเนินการเอง ของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม ใกล้เคียงกันมาก คือ ร้อยละ 72.52, 66.67 และ 72.09 ตามลำดับ

##### วัตถุประสงค์ในการเข้าเป็นร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

จากแบบสอบถามพบว่า วัตถุประสงค์ที่เจ้าของร้านค้าปลีกในเขตภูมิภาคต้องการเข้าเป็นร้านค้าในความส่งเสริม เป็นเช่นเดียวกับวัตถุประสงค์ของเจ้าของร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้ (ตารางที่ 25)

1. วัตถุประสงค์อันดับแรก คือ ต้องการได้สินค้าราคาถูกลงจากกรมการค้าภายใน ไป

ตารางที่ 24 แสดงผู้ชำระเงินการค้าภายในร้านค้าในความส่งเสริม เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคาเบ็ดเสร็จ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ	72	27.48	4	33.33	36	27.91
เจ้าของร้านค้าเงินงานเอง	190	72.52	8	66.67	93	72.09
รวม	262	100.00	12	100.00	129	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 25 แสดงวัตถุประสงค์ในการ เข้า เป็นร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการป้ายสัญลักษณ์ของกรมฯ	119	26.98	6	28.57	72	26.47
ต้องการได้สินค้าราคาถูกไปขาย	203	36.03	9	42.86	121	44.49
ต้องการกู้เงินจากสำนักงานเงินทุน	102	23.13	5	23.81	62	22.79
อื่น ๆ	17	3.86	1	4.76	17	6.25
รวม	441	100.00	21	100.00	272	100.00

จำหน่าย เช่น ข้าว น้ำตาลทราย สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น ความต้องการสินค้าราคาถูกไปจำหน่ายของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบได้เป็นร้อยละ 46.03, 42.86 และ 44.79 ตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์อันดับสองของเจ้าของร้านค้าในความส่งเสริม คือ ต้องการป้ายสัญลักษณ์ของกรมการค้าภายใน เพื่อแสดงให้เห็นซื้อสินค้าจากร้านเชื่อมั่นว่าจะได้สินค้าราคายุติธรรม ความต้องการป้ายสัญลักษณ์ของกรมการค้าภายในของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบได้เป็นร้อยละ 26.98, 28.57 และ 26.47 ตามลำดับ

3. วัตถุประสงค์อันดับสามของเจ้าของร้านค้าในความส่งเสริม คือ ต้องการกู้เงินจากสำนักงานเงินกู้กรมการค้าภายใน ความต้องการกู้เงินจากสำนักงานเงินกู้กรมการค้าภายในของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบได้เป็นร้อยละ 23.13, 23.81 และ 22.79 ตามลำดับ

4. วัตถุประสงค์อันดับสี่ของเจ้าของร้านค้าในความส่งเสริมคือ วัตถุประสงค์อื่น ๆ ซึ่งได้แก่

- ต้องการให้ทางกรมฯ ส่งเสริมอาชีพค้าขาย
- ต้องการขายสุราแม่โขง-กวางทองในราคาตามสลากควบคุม
- ต้องการให้ประชาชนซื้อของในราคายุติธรรม
- ต้องการซื้อสินค้าจากกรมโดยตรงไม่ผ่านบริษัทส่งหว่าด
- เป็นการช่วยลดช่องว่างคนมีคณจน

วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบได้เป็นร้อยละ 3.86, 4.76 และ 6.25 ตามลำดับ

#### ลักษณะของทำเลการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

ทำเลการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค ส่วนใหญ่อยู่ริมถนนใหญ่ ลักษณะมีดังนี้ (ตารางที่ 26)

ก. ที่ตั้งร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และ ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมที่อยู่ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก คิดเทียบเป็นร้อยละ 30.35, 40.00 และ 18.32 ตามลำดับ

ข. ที่ตั้งร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมที่อยู่ในริมถนนใหญ่ เทียบได้เป็นร้อยละ 57.71, 50.00, และ 75.57 ตามลำดับ

ค. ที่ตั้งร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมที่อยู่ในซอยที่มีคนผ่านน้อย เทียบได้เป็นร้อยละ 11.94, 10.00 และ 6.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยที่จัดร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคาผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
① ริมถนนใหญ่	116	37.71	5	50.00	99	75.57
ในซอยซึ่งมีคนผ่านมาก	61	30.35	4	40.00	24	18.32
ในซอยซึ่งมีคนผ่านน้อย	24	11.94	1	10.00	8	6.11
รวม	201	100.00	10	100.00	131	100.00

ลักษณะและกรรมสิทธิ์ของสถานประกอบการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

ลักษณะของอาคาร ลักษณะของอาคารของร้านค้าในความส่งเสริมส่วนใหญ่จะใช่เป็น ที่อยู่อาศัยและทำการค้าขายได้ด้วย จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นถึง

- อาคารของร้านค้าย่อยที่เป็นตึกแถว ห้องแถวไม้ บ้านอยู่อาศัย และอื่น ๆ เทียบได้ เป็นร้อยละ 20.63, 20.28 และ 54.90 ตามลำดับ

- อาคารของร้านค้าย่อยมาตรฐานที่เป็นห้องแถวไม้ ตึกแถว บ้านอยู่อาศัย และอื่น ๆ คิดเทียบเป็นร้อยละได้ 21.43, 7.14, 71.43 และ 0 ตามลำดับ

- อาคารของร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรมที่เป็นตึกแถว ห้องแถวไม้ บ้านอยู่อาศัย และอื่น ๆ เทียบได้เป็นร้อยละ 40.80, 19.54, 32.76 และ 6.90 ตามลำดับ

อาคารของร้านค้าย่อยที่เป็นตึกแถว มีลักษณะเป็นตึกแถว 2 ชั้น 2 คูหา เป็นส่วนใหญ่ ลักษณะที่เป็นห้องแถวไม้จะเป็นห้องแถวไม้ 3 คูหา เป็นส่วนใหญ่จำนวนชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น ห้องแถว 2 ชั้น 1 คูหา ห้องแถว 2 ชั้น 2 คูหา ลักษณะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นห้องแถวอยู่ติดกับ บ้านพัก ห้องแถว 2 ชั้น 3 คูหา มีลักษณะครึ่งตึกครึ่งไม้

อาคารของร้านค้าย่อยมาตรฐานที่เป็นตึกแถวมีลักษณะเป็น ตึกแถว 2 ชั้น 2 คูหา เท่านั้น ลักษณะที่เป็นห้องแถวไม้จะเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 2 คูหา และห้องแถวไม้ 1 ชั้น 3 คูหา ลักษณะอื่น ๆ ไม่มี

อาคารของร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรม เป็นตึกแถว 3 คูหา เป็นส่วนใหญ่ จำนวน ชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น ตึกแถว 2 คูหา จำนวนชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น ลักษณะที่เป็นห้องแถว ไม้จะเป็นห้องแถวไม้ 2 คูหาเป็นส่วนใหญ่ จำนวนชั้นมีตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชั้น ลักษณะอื่น ๆ มี ลักษณะเป็นโกดัง เป็นตึกแถวสองชั้น ชั้นบนเป็นสำนักงานและที่พักอาศัยได้ สร้างเป็นร้านค้าขึ้นเอง มีลักษณะเป็นห้องแถวครึ่งไม้ครึ่งตึก 2 คูหาที่มี

กรรมสิทธิ์ในสถานประกอบการ สถานประกอบการของร้านค้าในความส่งเสริมส่วนใหญ่ ที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า

ก. ร้านค้าย่อย เทียบเป็นร้อยละของการที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง เข้าอาคาร ผู้อื่นประกอบการค้า คิดภาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และเข้าชื่อที่ดินและอาคาร เท่ากับ ร้อยละ 70.05, 15.67, 7.84 และ 5.99 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ

- คิดภาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันธนาคารอาคารสงเคราะห์ 10 ปี

- เข้าชื่อที่ดินและอาคารเหลือเวลาผ่อนส่งอีก 9 เดือน

ตารางที่ 27 แสดงลักษณะของสถานที่ประกอบการค้าของร้านค้าในความถี่ เล่มแรกของกรมการค้าภายใน เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตึกแถว	59	20.63	1	7.14	71	40.80
ห้องแถวไม้	58	20.28	3	21.43	34	19.54
บ้านอยู่อาศัย	157	54.90	10	71.43	57	32.76
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	12	4.19	-	-	12	6.90
รวม	286	100.00	14	100.00	174	100.00

ตารางที่ 28 แสดงกรรมสิทธิ์ในสถานที่ประกอบการค้าของร้านค้าย่อยในความสัง เสริมฯ เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าซื้อที่ดินและอาคาร	13	5.99	-	-	5	3.76
ที่ดินและอาคาร เป็นของตนเอง	152	70.05	10	90.91	75	56.39
เช่าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า	34	15.67	-	-	40	30.08
ติดภาระใช้เป็นหลักประกัน	18	7.84	1	9.09	13	9.77
รวม	217	100.00	11	100.00	133	100.00

- เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า เสียค่าเช่าเดือนละ 1,500 บาท
- เป็นของบุพการี
- ที่ดินของกรมชลประทาน

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน เทียบเป็นร้อยละของ ที่ดินและอาคารที่เป็นของตนเอง ดิดถาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน เข้าซื้อที่ดินและอาคารและเข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า เท่ากับร้อยละ 90.91, 9.09, 0 และ 0 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ ดิดถาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน เหลือเวลาอีก 6 เดือน

ค. ร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบเป็นร้อยละของที่ดินและอาคารเป็นของตนเอง เข้าอาคารผู้อื่นประกอบการค้า ดิดถาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และเข้าซื้อที่ดินและอาคาร เท่ากับร้อยละ 56.39, 30.08, 9.77 และ 3.76 ตามลำดับ โดยมีลักษณะ

- ดิดถาระใช่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน เหลือเวลา อีก 1 ปี
- ที่ดินเป็นของลูกขานีบาล อาคารเป็นของตนเอง
- ที่ดินเข้ารรณีสั่งมิไม่มีกำหนด ปีละ 3,000 บาท
- ที่ดินเข้าปีละ 150 บาท

กวางแข่งขันกับคู่แข่งขานีของร้านค้าในคววมสั่ง เสริมเขตภูมิภาค

ลักษณะของการแข่งขันกับคู่แข่งขานีอื่น ๆ ส่วนใหญ่สามารถขายได้พอ ๆ กัน กล่าวคือ (ตารางที่ 29)

ก. ร้านค้าย่อย เทียบเป็นร้อยละของการที่คู่แข่งขายได้พอกัน คู่แข่งขายดีกว่า และคู่แข่งขายไม่ดี เท่ากับร้อยละ 65.66, 23.85 และ 10.55 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน เทียบเป็นร้อยละของการที่คู่แข่งขายได้พอ ๆ กัน คู่แข่งขายไม่ดี และคู่แข่งขายดีกว่า เท่ากับร้อยละ 75.00, 25.00 และ 0 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน้ายสินค้าราคายุติธรรม เทียบเป็นร้อยละของการที่คู่แข่งขายได้พอ ๆ กัน คู่แข่งขายไม่ดี และคู่แข่งขายดีกว่า เท่ากับร้อยละ 72.00, 18.40 และ 9.60 ตามลำดับ



ตารางที่ 29 แสดงความสามารถของร้านค้าคู่แข่งในการแข่งขันกับร้านค้าในความส่งเสริมฯ เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคาผู้บริกรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คู่แข่งชายดีกว่า	52	23.85	-	-	12	9.60
คู่แข่งชายดีพอ ๆ กัน	143	65.66	6	75.00	90	72.00
คู่แข่งชายไม่ดี	23	10.55	2	25.00	23	18.40
รวม	218	100.00	8	100.00	125	100.00

ลักษณะของกิจการในปัจจุบันและเป้าหมายของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

ลักษณะของกิจการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นร้านค้าปลีก เป็นส่วนใหญ่ ที่จะขายสิ่งนั้นเป็นส่วนน้อย จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า

ก. ร้านค้าย่อย ลักษณะของกิจการที่เป็นร้านขายปลีกอย่างเดียว ส่วนใหญ่ขายปลีก ขายทั้งปลีกและส่ง ส่วนใหญ่ขายส่งเทียบได้เป็นร้อยละ 40.83, 38.46, 19.23 และ 1.46 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ลักษณะของกิจการค้าที่เป็นร้านขายปลีกอย่างเดียว ส่วนใหญ่ขายปลีก ขายทั้งปลีกและส่ง ส่วนใหญ่ขายส่ง เทียบได้เป็นร้อยละ 43.25, 37.50, 12.50 และ 6.25 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคาขายดีธรรมดา ลักษณะของกิจการค้าที่เป็นร้านขายทั้งปลีกและส่ง ส่วนใหญ่ขายปลีก ขายปลีกอย่างเดียว และส่วนใหญ่ขายส่ง เทียบได้เป็นร้อยละ 43.59, 31.71, 17.95 และ 6.67 ตามลำดับ

สำหรับเป้าหมายในอนาคตของร้านค้าในความส่งเสริม ร้านค้าย่อยส่วนใหญ่ต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ แต่ร้านค้าย่อยมาตรฐาน และร้านค้าหน่วยสินค้าราคาขายดีธรรมดาส่วนใหญ่ต้องการขยายกิจการ และไม่ต้องการเลิกกิจการ จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า

ก. ร้านค้าย่อย ที่มีเป้าหมายต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ ต้องการขยายกิจการ อื่น ๆ และเลิกกิจการ เทียบได้เป็นร้อยละ 60.00, 32.75, 4.70 และ 2.55 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ที่มีเป้าหมายต้องการขยายกิจการ ทำเท่าที่เป็นอยู่ อื่น ๆ และเลิกกิจการ เทียบได้เป็นร้อยละ 45.45, 45.45, 9.10 และ 0 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคาขายดีธรรมดา ที่มีเป้าหมายต้องการขยายกิจการ ทำเท่าที่เป็นอยู่ อื่น ๆ และเลิกกิจการ เทียบได้เป็นร้อยละ 66.67, 25.93, 7.40 และ 0 ตามลำดับ

สาเหตุที่ร้านค้าในความส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการทำเท่าที่เป็นอยู่ ไม่สามารถขยายกิจการเป็นร้านขายส่งได้ เนื่องจาก (ตารางที่ 32)

1. ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ
2. ไม่มีลูกค้าประจำ
3. ไม่มีสถานที่เก็บสินค้า
4. ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ไม่มีลูกค้าประจำ และไม่มีสถานที่เก็บสินค้าด้วย
5. สาเหตุอื่น ๆ เช่นเดียวกับสาเหตุที่ร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพฯ

ตารางที่ 30 แสดงลักษณะของกิจการของร้านค้าในความล้มล้มล้ม เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายปลีกอย่างเดียว	138	40.83	7	43.75	35	17.95
ขายทั้งปลีกและส่ง	65	19.23	2	12.50	85	43.59
ส่วนใหญ่ขายปลีก	130	38.46	6	37.50	62	31.79
ส่วนใหญ่ขายส่ง	5	1.46	1	6.25	13	6.67
รวม	338	100.00	16	100.00	195	100.00

ตารางที่ 31 แสดงเป้าหมายของเจ้าของกิจการร้านค้าในความส่งเสริม เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านจำหน่ายสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการขยายกิจการ	77	32.75	5	45.45	90	66.67
ทำเท่าที่เป็นอยู่	141	60.00	5	45.45	35	25.93
เลิกกิจการ	6	2.55	-	-	-	-
อื่น ๆ	11	4.70	1	9.10	10	7.40
รวม	235	10.00	11	100.00	135	100.00

ตารางที่ 32 แสดงปัญหาในการขายกิจการเป็นร้านค้าส่งของร้านค้าในความตั้ง เล่มริมเขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า ราคายุติธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีสถานที่เก็บสินค้า	20	9.05	2	14.29	13	9.70
ขาดเงินทุน	110	49.77	5	35.71	66	49.25
ไม่มีลูกค้าประจำ	44	19.91	3	21.42	32	23.88
ทั้ง 3 ข้อข้างต้น	35	15.84	2	14.29	10	7.46
อื่น ๆ	12	5.43	2	14.29	13	9.71
รวม	221	100.00	14	100.00	134	100.00

ฐานะการเงินของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

แหล่งเงินทุนเริ่มแรกของเจ้าของกิจการส่วนใหญ่ มาจากเงินสะสมของตัวเอง และในปัจจุบันแหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่เจ้าของร้านค้าในความส่งเสริมได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ (ตารางที่ 33)

ก. ร้านค้าย่อย มาจากเงินทุนของตนเอง กู้จากธนาคารพาณิชย์ กู้ยืมจากที่อื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้องหรือเพื่อนฝูง หาเงินจากการเล่นแชร์ จากสถาบันการเงินอื่น ๆ เช่น ทรัสต์ และกู้จากสำนักงานเงินกู้ของกรมการค้าภายใน คิดเป็นร้อยละ 67.31, 16.54 และ 2.69 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มาจากเงินทุนของตัวเอง กู้เงินจากสำนักงานเงินกู้ของกรมการค้าภายใน กู้จากธนาคารพาณิชย์ กู้ยืมจากที่อื่น ๆ เช่นเดียวกับร้านค้าย่อย คิดเป็นร้อยละ 52.94, 23.52, 11.77 และ 11.77 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม มาจากเงินของตัวเอง กู้จากธนาคาร กู้ยืมจากที่อื่น ๆ เช่นเดียวกับร้านค้าย่อย กู้เงินจากสำนักงานเงินกู้กรมการค้าภายใน คิดเป็นร้อยละ 54.65, 38.37, 4.07 และ 2.91 ตามลำดับ

จะเห็นว่าแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในปัจจุบันของร้านค้าในความส่งเสริม มาจากเงินทุนของตนเอง และร้านค้าย่อยมาตรฐานนิยมใช้แหล่งเงินทุนที่มาจากการกู้ยืมจากสำนักงานเงินกู้ของกรมการค้าภายใน มากกว่าร้านค้าย่อย และร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม

ถ้าจัดแบ่งเงินทุนหมุนเวียนของร้านซึ่งประกอบไปด้วยเงินสด สินค้าภายในร้านและลูกหนี้การค้าแล้ว พบว่า (ตารางที่ 34, 35)

ก. ร้านค้าย่อย มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 40,000 บาท เป็นจำนวนร้อยละ 43.37 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียน 40,000-200,000 บาท 200,000-300,000 บาท และมากกว่า 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.55, 11.45 และ 6.63 ตามลำดับ และเงินทุนเวียนดังกล่าวอยู่ในรูปของสินค้าภายในร้าน เงินสด และลูกหนี้การค้า คิดเป็นร้อยละ 45.42, 41.39 และ 13.19 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มีเงินทุนหมุนเวียน 40,000-200,000 บาทเป็นจำนวนร้อยละ 40.00 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 40,000 บาท 200,000-300,000 บาท และมากกว่า 300,000 คิดเป็นร้อยละ 20.00, 20.00 และ 80.00 ตามลำดับ

ค. ร้านค้าหน่วยสินค้าราคายุติธรรม มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 300,000 บาท

ตารางที่ 33

แสดงแหล่งที่มาของเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความดัง เดิมเขตภูมิภาค



รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของตนเอง	175	67.31	9	52.94	94	54.65
กู้ยืมเงินจากสำนักงานเงินกู้ของกรม	7	2.69	4	23.52	5	2.91
กู้จากธนาคาร	43	16.54	2	11.77	66	38.37
กู้ยืมจากที่อื่น	35	13.46	2	11.77	7	4.07
รวม	260	100.00	17	100.00	172	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 34

แสดงจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40,000 บาท	72	43.37	1	20.00	9	7.69
40,000-200,000 บาท	64	38.55	2	40.00	35	29.91
200,000-300,000 บาท	19	11.45	1	20.00	27	23.07
มากกว่า 300,000 บาท	11	6.63	1	20.00	46	39.93
รวม	166	100.00	5	100.00	117	100.00

ตารางที่ 35 แสดงลักษณะของเงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าในความส่งเสริม เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านค้าหน่วยสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	113	41.39	4	50.00	51	28.18
สินค้าภายในร้าน	124	45.42	4	50.00	90	49.72
ลูกค้า	36	13.19	-	-	40	22.10
รวม	273	100.00	8	100.00	181	100.00

เป็นจำนวนร้อยละ 39.93 นอกนั้นมีเงินทุนหมุนเวียน 40,000-200,000 บาท 200,000-300,000 บาท และต่ำกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.91, 23.07 และ 7.69 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันร้านค้าย่อย ร้านค้าย่อยมาตรฐาน มีเงินทุนหมุนเวียนทำการค้าต่ำกว่าระเบียบที่กรมการค้าภายในได้กำหนดไว้เป็นจำนวนมาก แต่ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรมส่วนใหญ่มียุทธศาสตร์ตามระเบียบของกรมการค้าภายใน

#### การจัดซื้อสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

การสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน มีดังนี้ (ตารางที่ 36)

ก. ร้านค้าย่อย ส่วนใหญ่สั่งซื้อจากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ เทียบอัตราส่วนของการสั่งซื้อจากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย จากกรมการค้าภายใน จากองค์การคส่งสินค้า จากที่อื่น ๆ เป็นร้อยละ 39.54, 33.99, 9.80, 9.15 และ 7.52 ตามลำดับ

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ซื้อจากที่ต่าง ๆ เท่าๆกัน เทียบอัตราส่วนของการสั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย จากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากกรมการค้าภายใน จากองค์การคส่งสินค้า จากที่อื่น ๆ เป็นร้อยละ 20.00, 20.00, 20.00 และ 20.00 ตามลำดับ

ค. ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม ส่วนใหญ่สั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย เทียบสัดส่วนของการสั่งซื้อจากรถส่งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ค้าส่งในย่านต่าง ๆ จากองค์การคส่งสินค้า จากที่อื่น ๆ และจากกรมการค้าภายใน เป็นร้อยละ 41.98, 35.38, 8.02 และ 8.19ตามลำดับ

การสั่งซื้อจากที่อื่นของร้านค้าในความส่งเสริมได้แก่ การสั่งซื้อจากจังหวัดอื่นที่อยู่ใกล้เคียง

#### ปริมาณการสั่งซื้อของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

การสั่งซื้อของร้านค้าในความส่งเสริมในแต่ละเดือนมีดังนี้

ก. ร้านค้าย่อย ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 13,000-40,000 บาท

ข. ร้านค้าย่อยมาตรฐาน ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-104,000 บาท

ค. ร้านจำหน่ายสินค้าราคายุติธรรม ส่วนใหญ่มียอดซื้อสินค้าเดือนละ 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 36 แสดงการสั่งซื้อสินค้าของร้านในความลับ เลิรม เขตภูมิภาค

รายการ	ร้านค้าย่อย		ร้านค้าย่อยมาตรฐาน		ร้านจำหน่ายสินค้า จากมูลนิธิธรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถล้งสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย	104	33.99	2	20.00	29	41.98
จากผู้ค้าล้งในย่านต่าง ๆ	121	39.54	2	20.00	75	35.38
จากกรมการค้าภายใน	30	9.80	2	20.00	11	5.19
จากองค์การคลังสินค้า	28	9.15	2	20.00	20	9.43
อื่น ๆ (ไปรษณีย์)	23	7.52	2	20.00	17	8.06
รวม	306	100.00	10	100.00	212	100.00

การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริมเขตภูมิภาค

พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าภายในท้องถิ่นนั้น สินค้าที่ซื้อ ได้แก่ ข้าวสาร สินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ

ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของร้านค้าในความส่งเสริม ร้านค้าในความส่งเสริมต่าง-จังหวัดที่ตอบแบบสอบถามไม่ตรงคำถามเช่นเดียวกับร้านค้าในความส่งเสริมเขตกรุงเทพฯ แต่พอสรุปได้ดังนี้คือ

ก. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าย่อย

1. ร้านค้าย่อยที่มีสินค้าในร้านครบตามที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 15 ชนิด มีประมาณ 88.56%
2. ร้านค้าย่อยที่มีสินค้าในร้านมีมูลค่า เกินกว่าที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 80,000 บาทขึ้นไปมีประมาณ 96.02%
3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท มีประมาณ 41.80% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 2,500-7,000 บาท มีประมาณ 36.07% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
5. กำไรก่อนหักภาษีในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 2,000-7,000 บาท มีประมาณ 29.92% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มาก คือ ผงซักฟอก
7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายได้มากตามลำดับ คือ
  - ก) สบู่ สบู่ที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือ สบู่สก็๊ซ โรเซ็ท
  - ข) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือ คอลเกต ตาร์ที โขเล็กซ์
  - ค) ผงซักฟอก ผงซักฟอกที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ บรีส แพ้บ เปาบุ้นฉัน และสินไทย
  - ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ กุ๊ก กิพ สินไทย และ ย่างอน
8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภค และร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้ คือสินค้าสินไทย ชนิดอื่น นอกจากผงซักฟอก

ข. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าย่อยมาตรฐาน

1. ร้านค้าย่อยมาตรฐานที่มีสินค้าในร้านครบตามที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 20 ชนิด มีประมาณ 77.78%
2. ร้านค้าย่อยมาตรฐานที่มีสินค้าในร้านมีมูลค่า 100,000 บาท มีประมาณ 44.44%
3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-97,000 บาท มีประมาณ 44.44% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 4,000-7,400 บาท มีประมาณ 53.33% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
5. กำไรก่อนหักภาษีแต่ละเดือน 2,000 บาทขึ้นไปมีประมาณ 33.33%
6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ผงซักฟอก
7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภค และร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุดตามลำดับคือ
  - ก) สับ สับที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุด คือ สับลักซ์
  - ข) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุด คือ คอลเกต
  - ค) ผงซักฟอก ผงซักฟอกที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากที่สุดคือ บรีส
  - ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ น้ำมันพืชก๊าก และก๊พ
8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้ คือ สินค้าสินไทย

ชนิดอื่น นอกจากผงซักฟอก

ค. การจำหน่ายสินค้าของร้านค้าจำหน่ายสินค้านำเข้า

1. ร้านจำหน่ายสินค้านำเข้าที่ครบตามที่กรมการค้าภายในกำหนดไว้ 25 ชนิด มีประมาณ 61.25%
2. ร้านจำหน่ายสินค้านำเข้าที่มีมูลค่าในร้านมีมูลค่า 150,000 บาทขึ้นไป มีประมาณ 70.21%
3. ยอดขายสินค้าในแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 30,000-110,000 บาท มีประมาณ 34.21% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
4. ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนตั้งแต่ต่ำกว่า 6,000-14,000 บาทมี 71.05%
5. กำไรก่อนหักภาษีแต่ละเดือนอยู่ระหว่าง 3,000-11,000 บาท มี 50% ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
6. สินค้าสินไทยที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ผงซักฟอก

7. สินค้าที่ประชาชนนิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายได้มากตามลำดับคือ
- ก) สบู่ สบู่ที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือสบู่สักรี โรเซท ลินไทย และโลฟบอย
  - ข) ยาสีฟัน ยาสีฟันที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ ยาสีฟันคอลเกต ดาร์กี้ และ ลินไทย
  - ค) ผงซักฟอก ผงซักฟอกที่ร้านค้าจำหน่ายได้มาก คือ บรีส แพ็บ และลินไทย
  - ง) น้ำมันพืช น้ำมันพืชที่ร้านค้าจำหน่ายได้มากคือ น้ำมันพืชก๊วก กิฟ ลินไทย
8. สินค้าที่ประชาชนไม่นิยมบริโภคและร้านค้าจำหน่ายไม่ค่อยได้ คือสินค้าลินไทย

ชนิดอื่น นอกจากผงซักฟอก

สรุปลักษณะการบริหารงานของร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

ลักษณะการประกอบการค้าของร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน โดยทั่วไปจะเป็นกิจการขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนคนเดียว การลงทุนทำการค้าจึงเป็นการลงทุนขนาดย่อม อาคารที่ทำการค้าเป็นของตนเอง มีเพียงส่วนน้อยที่ต้องเช่าอาคารทำการค้า มีสภาพไม่แตกต่างจากกิจการร้านค้าปลีกที่ไม่ได้อยู่ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ความสามารถในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่นที่อยู่ใกล้เคียงนั้น ส่วนใหญ่ก็สามารถแข่งขันได้ สินค้าที่จำหน่ายมักเป็นสินค้า เบ็ดเตล็ด หรือของชำที่ต้องใช้เป็นประจำวัน เพื่อสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น และพอจะหาซื้อได้จากร้านค้าทั่ว ๆ ไปที่อยู่ในบริเวณนั้น ฉะนั้นการค้าจึงหมุนเวียนไม่มากเท่าใดนัก ยอดจำหน่ายสินค้าในแต่ละเดือนส่วนใหญ่ไม่สูงนัก และมีกำไรน้อยมาก

จากการวิเคราะห์และสังเกตแบบสอบถามพบว่า ลักษณะการบริหารงานของร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ยังมีปัญหาและอุปสรรคอีกมาก ซึ่งปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าในความส่งเสริม จะได้กล่าวในบทต่อไป พร้อมกับเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย