# การปรับตัวของร้านโชห่วยต่อผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

# ADAPTATION OF GROCERY STORES TO THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC IN THAIYAWAT SUBDISTRICT, NAKHON CHAI SI DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE

---

**ธวัชชัย อ่อนนาเลน[1] และศุภฤกษ์ โออินทร์[2]***

**Thawatchai Onnalain[1] and Suppharerk O-in[2]***

Received Date: April 15, 2022

Revised Date: July 7, 2022

Accepted Date: October 19, 2022

---

[1] นักศึกษา หลักสูตรอักษรศาสตรบัณฑิต (ภูมิศาสตร์) คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำหลักสูตรอักษรศาสตรบัณฑิต (ภูมิศาสตร์) คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

* Corresponding author, e-mail: oin_s@su.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ในปัจจุบัน ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการปรับตัวของร้านโชห่วย ในพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ประชากรที่เป็นผู้ประกอบการร้านโชห่วยในพื้นที่ศึกษาซึ่งมีทั้งหมด 29 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านโชห่วยในปัจจุบันมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบไม่เป็นระบบ ไม่มีการจัดทำบัญชีของร้าน การควบคุมคลังสินค้า และการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้จำนวนลูกค้า ยอดขาย และรายได้ของร้านโชห่วยลดลงในช่วงที่ผ่านมา ส่วนผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ในด้านเศรษฐกิจ ร้านโชห่วยส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสภาวะการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ด้านสุขภาพส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบเรื่องภาวะความเครียดจากปัญหาด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมได้รับผลกระทบจากการที่พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนผู้ประกอบการร้านโชห่วยปรับตัวไม่ทัน และด้านการปรับตัว พบว่าด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปรับตัวโดยการเข้าร่วมโครงการตามมาตรการการช่วยเหลือของภาครัฐ ได้แก่ โครงการธงฟ้าประชารัฐ โครงการเราชนะ และโครงการคนละครึ่ง เป็นต้น ส่วนด้านสุขภาพ พบว่าผู้ประกอบการร้านโชห่วยแก้ปัญหาโดยการหากิจกรรมทำเพื่อลดภาวะเครียด และด้านสังคม พบว่า ผู้ประกอบการร้านโชห่วยมีการปรับตัวโดยใช้วิธีเพิ่มช่องทางการชำระเงินและประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ในรูปแบบออนไลน์

**คำสำคัญ :** ร้านโชห่วย, โควิด-19, ผลกระทบ, การปรับตัว, ร้านค้าปลีก

## Abstract

This research aims to study the current situation, the impact of COVID-19 pandemic situation, and adaptation of grocery stores in Thaiyawat Subdistrict, Nakhon Chai Si District, Nakhon Pathom Province by using the technique of interviewing the population of 29 grocery store's shopkeepers in the study area and analyzing data using content analysis techniques. The results showed that the current situation of running a grocery store business was found having an unsystematic business model, with no store accounting, no warehouse control, and no technology is used. As a result, the grocery stores' number of customers, sales, and income have decreased in the past. As for the impact of the COVID-19 pandemic, it was found, in terms of the economy, that grocery stores are most affected by the market share competition of the convenience store business. In terms of health, most of the shopkeepers are affected by stress from economic problems, and in the social aspect, the grocery stores have been affected by the rapid change in customer buying behavior so that the shopkeepers can't adjust. In terms of economic adaptation, it was found that most of the shopkeepers have adapted by turning to join projects launched by government assistance measures, such as the Blue Flag Project, the Rao Chana (We win) Project, and Khon La

Khrueng (Co-payment) Projects, etc. The adaptation in health aspect was found that the shopkeepers solved the problem by finding activities to reduce stress, and social aspects were found that the shopkeepers have adapted by using more payment methods and promoting new products through online channels.

**Keywords:** Grocery Store, Covid-19, Impact**,** Adaptation, Retail Store

## 1. บทนำ

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยได้ประสบวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วและเริ่มระบาดไปทั่วโลก โดยได้รับรายงานครั้งแรกจากนครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ป่วยจำนวนมากมีอาการไข้สูง ไอแห้ง อ่อนเพลียและมีอาการปอดอักเสบโดยไม่ทราบสาเหตุ อาการดังกล่าวเกิดจากโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ที่องค์การอนามัยโลกได้ประกาศชื่อโรคนี้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ว่า “Corona-virus Disease 2019”ต่อมาพบการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลกในระยะเวลาอันรวดเร็ว

ในประเทศไทยได้มีการประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ที่ต้องมีการเฝ้าระวังป้องกัน และควบคุมโรคอย่างเข้มงวด (กรรณิการ์ แสนสุภา และคณะ, 2563) โดยรัฐบาลไทยได้กำหนดแนวทางการป้องกันโรคด้วยการงด

การเดินทางไปในที่ชุมชน มีการกำหนดมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การประกาศเคอร์ฟิวในบางช่วงเวลาทั่วประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ ซุปเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงร้านโชห่วยหรือร้านขายของชำขนาดเล็ก ประชาชน และทุกองค์กรต้องปรับตัวในทุกระดับ โดยมีมาตรการให้มีการใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า หมั่นล้างมือหรือฆ่าเชื้อด้วยแอลกอฮอล์รวมทั้งการสังเกตและกักตนเองเมื่อมีอาการต้องสงสัย ทั้งนี้สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมหลายด้าน เช่น ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านการค้าธุรกิจในรูปแบบร้านขายของชำหรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในชื่อร้าน “โชห่วย” เป็นอีกหนึ่งสายธุรกิจที่มีความเก่าแก่มากที่สุดของเมืองไทย ซึ่งในอดีตการเปิดร้านขายของจิปาถะประเภทนี้ถือว่าได้รับความนิยมมากจากทั้งทางฝั่งผู้ประกอบการและฟากของผู้บริโภค เพราะเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ทั้งยังมีสินค้าให้เลือกมากมาย แต่ในปัจจุบันธุรกิจร้านขายของชำที่เคยเป็นที่นิยมอยู่ในภาวะวิกฤตเข้าไปทุกทีโดยมีสาเหตุมาจากการการเกิดขึ้นของร้านสะดวกซื้อรูปแบบใหม่และร้านค้าที่มีรูปแบบดีพาร์ทเม้นท์สโตร์ทั้งจากแบรนด์ของไทยและต่างชาติเข้ามาลงทุน ประกอบสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มีมาตรการการควบคุมการเปิดปิดร้านค้าและมาตรการด้านการป้องกันการแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้ร้านโชห่วยจะต้องหาทางปรับตัวและเริ่มทำธุรกิจอย่างมีแบบแผน

ดังนั้น จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผู้วิจัยได้เลือกศึกษาในเขตพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อผลการวิจัยที่ได้นำไปเป็นแนวทางประกอบในการตัดสินใจใน

การพิจารณาวางแผน ปรับปรุง และแก้ไขวิธีการดำเนินกิจการ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์แก่ธุรกิจร้านโชห่วยเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนธุรกิจต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ร้านโชห่วยในปัจจุบัน ในตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

2.2 เพื่อศึกษาผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

## 3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

จากการทบทวนเอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model: อ้างอิงจาก Roy & Andrews, 1999) ที่ได้กล่าวถึงการปรับตัว และการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน บุคคลที่มีปัญหาในการปรับตัวเมื่อมีเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบของไบรอันและไวท์ (Bryant & White, 1987, p. 137-140 อ้างถึงใน สุรเชษฐ์ ตาคำ, 2554) ที่กล่าวถึงการศึกษาผลที่ตามมาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมีผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ แนวคิดเกี่ยวกับร้านโชห่วยในงานวิจัยของฉันทัส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์ (2555) อันประกอบไปด้วยลักษณะและการดำเนินการของร้านโชห่วย รวมไปถึงผลกระทบและมาตราการจากภาครัฐในช่วงสถานการณ์การแพร่

ระบาดของโรคโควิด-19 อันได้แก่ มาตรการการปิดร้านค้า มาตรการการรักษาระยะห่าง มาตรการการกักตัว และมาตราการการทำความสะอาดสถานที่ เป็นต้น และจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ในช่วงที่ผ่านมีผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ งานวิจัยของธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และนฤภร ไชยสุขทักษิณ (2564) ที่ได้ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา งานวิจัยของพัฒน์กมล อ่อนสำลี (2564) ได้ศึกษาการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 และงานวิจัยของวัฒนะ สุขขวัญ (2563) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ทฤษฎีการปรับตัวของผู้ประกอบการและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบสอดคล้องกับงานวิจัยของกรณิกา สุริยะกมล และฉัตรวรัญ องคสิงห์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องร้านโชห่วยกับการอยู่รอดในยุคเศรษฐกิจดิจิตอล โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ไปออกแบบแบบนำสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาและเป็นแนวทางการศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการร้านโชห่วยในพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ทั้งหมด

จำนวนทั้งหมด 29 ราย โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดประกอบด้วยสถานการณ์ในปัจจุบัน ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสุขภาพ เป็นต้น

**4.1 วิธีการเก็บข้อมูล**

4.1.1 การสำรวจภาคสนาม ผู้วิจัยทำการสำรวจที่ตั้งร้านโชห่วยในตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

4.1.2 ทำการศึกษามาตรการของภาครัฐในช่วงที่มีการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการร้านโชห่วยในพื้นที่ศึกษา

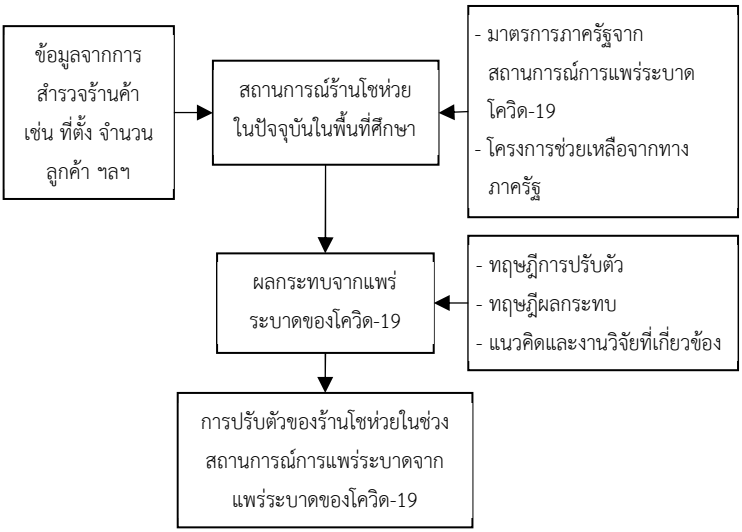
4.1.3 การออกแบบแบบนำสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy’s Adaptation Model: อ้างอิงจาก Roy & Andrews, 1999) และแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบของไบรอันและไวท์ (Bryant & White, 1987, p. 137-140 อ้างถึงใน สุรเชษฐ์ ตาคำ, 2554) มาออกแบบแบบนำสัมภาษณ์

4.1.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเกี่ยวกับธุรกิจร้านโชห่วยของตนเอง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นการสัมภาษณ์เจาะจงในประเด็นศึกษาของผู้วิจัย ได้แก่ ผลกระทบ และการปรับตัวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในเขตพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

4.1.5 การจดบันทึกและการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยวิธีการจดบันทึกโดยละเอียดภายหลังจากที่ได้จากการสนทนา การสัมภาษณ์ การบันทึก การสังเกต เพื่อป้องกันการลืมและช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสรุปและเรียบเรียงความคิดในการวางแผนงานต่อไป

**4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล**

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามได้ตามวัตถุประสงค์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบแล้ววิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปออกมาเป็นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้




**รูปที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 5. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปแยกเป็นประเด็นออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**5.1 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ร้านโชห่วยในปัจจุบัน ในพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม**

สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านโชห่วยในปัจจุบันพบว่า ร้านโชห่วยมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบไม่มีการสร้างระบบเพื่อให้มีการทำงานแทนได้ (ร้อยละ 79.31) ไม่มีการจัดทำบัญชีของร้าน (ร้อยละ 62.07) ไม่มีการควบคุมคลังสินค้าของร้าน (ร้อยละ 62.07) ไม่มีการใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนและการหาความรู้เพิ่มเติมในธุรกิจ (ร้อยละ 65.52) ยังคงใช้รูปแบบกิจการเช่นเดียวกับตอนเริ่มกิจการ (ร้อยละ 68.97) ในขณะที่ปัจจุบัน จำนวนร้านสะดวกซื้อเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้จำนวนลูกค้า ยอดขาย และรายได้ของร้านโชห่วยลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลง นิยมที่จะซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อรวมถึงร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แทนการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยใกล้บ้านเนื่องจากร้านโชห่วยใกล้บ้านไม่สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องการซื้อสินค้าได้ นอกจากนี้ ยังพบว่าในช่วงหลังปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนร้านค้าปิดตัวลงมาก ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ภายในประเทศ

**5.2 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19**

จากการรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วย ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ส่งผลให้จำนวนลูกค้าลดลง (ร้อยละ 100.00) ประกอบกับมาตรการปรับเวลาเปิดปิดร้านโชห่วย ทำให้เปิดร้านจำหน่ายสินค้าได้ในเวลาที่สั้นลง ส่งผลต่อระดับรายได้เฉลี่ยต่อวันลดลงเพราะไม่สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าได้เต็มที่ (ร้อยละ 96.55) ในขณะเดียวกัน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลให้เกิดสภาวะการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยธุรกิจร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 68.97) ส่วนด้านสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการร้านโชห่วยส่วนใหญ่มีภาวะเครียดสะสมเพิ่มขึ้น เกี่ยวกับปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (ร้อยละ 89.66) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการร้านโชห่วยที่มีโรคประจำตัวจำเป็นต้องปิดร้านค้าเพื่อป้องกันตัวเองไม่ให้ติดโควิด-19 (ร้อยละ 75.86) และด้านสังคมพบว่า จากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนผู้ประกอบการร้านโชห่วยปรับตัวไม่ทัน (ร้อยละ 86.21) เช่น พฤติกรรมด้านการเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายและการชำระสินค้าในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น เป็นต้น อีกทั้งลูกค้าในปัจจุบันส่วนใหญ่หันไปใช้บริการร้านสะดวกซื้อแทนร้านโชห่วย (ร้อยละ 79.31)

ส่วนผลการวิเคราะห์การปรับตัวของร้านค้าจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านโชห่วย จำนวน 29 ราย พบว่า ในด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการร้านโชห่วยมีการปรับตัวโดยส่วนใหญ่หันมาเข้าร่วมโครงการธงฟ้า โครงการเราชนะ และโครงการคนละครึ่ง (ร้อยละ 86.51) ตลอดจนการปรับเปลี่ยนค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือนเพื่อรองรับต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (ร้อยละ 55.17) ส่วนในด้านสุขภาพพบว่า ผู้ประกอบการร้านโชห่วยมีการหากิจกรรมทำเพื่อลดภาวะ

เครียด (ร้อยละ 51.72) เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว และเข้ารับบริการทางสาธารณะสุข เช่น การฉีดวัคซีน หรือการตรวจหาเชื้อทุกครั้งที่สัมผัสผู้เสี่ยงสูง (ร้อยละ 62.07) และด้านสังคมพบว่า ผู้ประกอบการร้านโชห่วยมีความพยายามในการเพิ่มช่องทางการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ (ร้อยละ 62.07) พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ (ร้อยละ 44.83) เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ติ๊กตอก เป็นต้น ตลอดจนการยกระดับร้านโชห่วยให้มีศักยภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (ร้อยละ 65.52) สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

**ตารางที่ 1 ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19**

| ผลกระทบ | ผลกระทบ | การปรับตัว |
|---|---|---|
| **ด้านเศรษฐกิจ** | 1) จำนวนลูกค้าลดลง ส่งผลให้รายได้เฉลี่ยต่อวันลดลงตาม (ร้อยละ 100)<br>2) มาตรการปรับเวลาเปิดปิดร้าน ทำให้เปิดร้านจำหน่ายสินค้าได้ในเวลาที่สั้นลง ไม่สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าได้เต็มที่ (ร้อยละ 96.55) | 1) เข้าร่วมโครงการธงฟ้าโครงการเราชนะ และโครงการคนละครึ่ง (ร้อยละ 86.21)<br>2) ปรับเปลี่ยนค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือน (ร้อยละ 55.17) |

| ผลกระทบ | ผลกระทบ | การปรับตัว |
|---|---|---|
| | 3) สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้เกิดสภาวะการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยธุรกิจร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 68.97) | |
| **ด้านสุขภาพ** | 1) มีภาวะเครียดเกี่ยวกับปัญหาด้านเศรษฐกิจ (ร้อยละ 89.66)<br>2) มีความกังวลเกี่ยวกับโรคประจำตัว (ร้อยละ 75.86) | 1) หากิจกรรมทำเพื่อลดภาวะเครียด เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว (ร้อยละ 51.72)<br>2) เข้ารับบริการทางสาธารณสุข เช่น การฉีดวัคซีน หรือการตรวจหาเชื้อทุกครั้งที่สัมผัสผู้เสี่ยง (ร้อยละ 62.07) |
| **ด้านสังคม** | 1) สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลทำให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนผู้ประกอบการร้านโช | 1) การเพิ่มช่องทางการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ (ร้อยละ 62.07)<br>2) การประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ ผ่านช่องทางออนไลน์ (ร้อยละ 44.83) |

| ผลกระทบ | ผลกระทบ | การปรับตัว |
|---|---|---|
| | ห่วยปรับตัวไม่ทัน (ร้อยละ 86.21)<br>2) ลูกค้าส่วนใหญ่หันไปใช้บริการร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 79.31) | 3) การยกระดับร้านโชห่วยให้มีศักยภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (ร้อยละ 65.52) |

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านโชห่วยในปัจจุบัน ในพื้นที่ตำบลไทยาวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า ร้านโชห่วยส่วนใหญ่ในพื้นที่ศึกษามีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบไม่มีการสร้างระบบเพื่อให้มีการทำงานแทนได้ ไม่มีการจัดทำบัญชีของร้าน ไม่มีการควบคุมคลังสินค้าของร้าน และไม่มีการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการหาความรู้เพิ่มเติมในธุรกิจ ยังคงใช้รูปแบบกิจการเช่นเดียวกับตอนเริ่มกิจการในขณะที่ปัจจุบัน ทำให้ร้านค้าจำนวนหนึ่งต้องปิดตัวลง สอดคล้องกับวิทวัส รุ่งเรืองผล (2556) ได้ทำการศึกษาโครงการส่งเสริมร้านค้าปลีกไทย ประเภทร้านสะดวกซื้อ (โชห่วย) พบว่าในปัจจุบันจำนวนร้านของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านสะดวกซื้อแบบใหม่ที่มีเครือข่ายประกอบกับร้านค้าปลีกขนาดเล็กไม่ได้มีการปรับตัวเพื่อเผชิญกับการแข่งขัน และสอดคล้องกับแนวคิดของเพ็ญลักษณ์ ทองศรี (2563) กล่าวว่า จากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกในปัจจุบันทำให้รูปแบบการค้าขายของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้เปลี่ยนแปลงไปจาก

เดิมอย่างมาก การขยายตัวอย่างรวดเร็วของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนสาขามากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปีส่งผลให้กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคมีช่องทางในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

ส่วนผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการปรับตัวทั้งในด้านการเข้าร่วมโครงการช่วยเหลือของภาครัฐ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการร้าน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืนของสุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาแล้วพบว่า สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุง คือ ควรพัฒนาจัดร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้โดยอิสระเสรี ควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่าคือกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหาสินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้น และควรมีการทำการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มากกว่านี้ และงานวิจัยของธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และนฤภร ไชยสุขทักษิณ (2564) ที่ได้ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำเป็นจะต้องมีการปรับตัวโดยการทำการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์และมีเพิ่มช่องทางในประชาสัมพันธ์ผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

## 7. ข้อเสนอแนะและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผู้ประกอบการร้านโชห่วยควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจในการปรับตัวให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ทั้งในด้านการให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง การติดตามข่าวสาร ความรู้ใหม่ ๆ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ที่จะเป็นประโยชน์แก่การดำเนินกิจการร้านค้าปลีกดั้งเดิม

2) ผลการวิจัยในครั้งนี้อาจนำไปสู่การพัฒนานโยบายในอนาคตของภาครัฐเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการออกมาตรการต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมไปถึงมาตราการการชดเชยที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ

3) ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านโชห่วย เพื่อทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสในการปรับตัวในการบริหารส่วนประสมทางการตลาด และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงลึกมากขึ้น

## 8. เอกสารอ้างอิง

กรณิกา สุริยะกมล, และฉัตรวรัญ องคสิงห์. (2562). ร้านโชห่วยกับการอยู่รอดในยุคเศรษฐกิจดิจิตอล. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 ปี การศึกษา 2562* (หน้า 1-11). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กรรณิการ์ แสนสุภา, เอื้อทิพย์ คงกระพันธ์, อุมาภรณ์ สุขารมณ์, และผกาวรรณ นันทะเสน. (2563). “การปรับตัวของนักศึกษาใน

สถานการณ์โควิด-19". *วารสาร มจร มนุษศาสตร์ปริทรรศน์.* 6(2), 83-97.

ฉันทัส เพียรธรรม, และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). "การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่". *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม.* 8(1), 39-55.

ธีรภัทร เจริญฤทธิ์, และนฤภร ไชยสุขทักษิณ. (2564). *การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2564, จาก http://www2.huso.tsu.ac.th/ncom/csd/csdful_pdf/c219.pdf

พัฒน์กมล อ่อนสำลี. (2564). "การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019". *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์.* 23(1), 195-205.

เพ็ญลักษณ์ ทองศรี. (2563). "แนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี". *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.* 14(3), 447-460.

วัฒนะ สุขขวัญ. (2563). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร.* ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2556). *โครงการส่งเสริมร้านค้าปลีกไทย และประเภทร้านสะดวกซื้อ (โชห่วย).* วิทยานิพนธ์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2553). *ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตของการค้าปลีกที่ยั่งยืน.* พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุรเชษฐ์ ตาคำ. (2554). *ความคิดเห็นของประชาชนกับผลกระทบจากการสร้างอาคารสูงชุมชนซอยวัดอุโมงค์ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Roy, C., and Andrews, H. (1999). *The Roy's Adaptation Model.* Stamford, Conn.: Appleton & Lange.