

หัวข้อวิทยานิพนธ์	บทบาทของผู้หญิงต่อการดำรงอยู่ของร้านค้า (โชห่วย): กรณีศึกษา ร้านสกุลไชย และร้านเครือข่าย (How Female Grocery – Owner Manage Their Business: The Case Study of the Sakulchai Grocery and Its Networks)
ชื่อผู้เขียน	นางสาววาสนา ปิยะสกุลชัย (Miss Wasana Piyasakulchai)
ระดับปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาสตรีศึกษา สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร. นภาพร อติวานิชยพงศ์
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องบทบาทของผู้หญิงต่อการดำรงอยู่ของร้านค้า (โชห่วย) กรณีศึกษา: ร้านสกุลไชยและร้านเครือข่าย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าผู้หญิงที่เป็นผู้บริหารร้านค้า (โชห่วย) มีบทบาทต่อการดำรงอยู่ของร้านค้าในปัจจุบันอย่างไร การแบ่งบทบาทภายในบ้านและบทบาทหน้าร้านของผู้หญิงผู้บริหารร้านค้าเป็นอย่างไร และหาสาเหตุที่ผู้หญิงเหล่านี้สามารถแสดงบทบาทได้ทั้งภายในบ้านและในร้านค้า การศึกษาครั้งนี้ใช้กรณีตัวอย่างร้านสกุลไชย ซึ่งเป็นร้านค้าที่มีพี่สาวของผู้ศึกษาเป็นเจ้าของร้าน โดยมีแม่และตัวของผู้ศึกษาเป็นผู้ร่วมบริหารงาน และได้ศึกษาบทบาทของผู้หญิงที่เป็นผู้บริหารร้านค้าอีก 6 ร้าน ซึ่งเป็นร้านที่มีความสัมพันธ์กับร้านสกุลไชย ครอบคลุมความคิดเห็นทางทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา คือแนวคิดเรื่องบทบาททางเศรษฐกิจในครัวเรือนของผู้หญิง

จากผลการศึกษาพบว่าบทบาททางเศรษฐกิจของผู้หญิง 9 คนในร้านค้า 7 ร้าน เป็นบทบาทที่ได้แย้ง (Argue) กับการอธิบายบทบาททางเศรษฐกิจในครัวเรือนของผู้หญิงที่นำเสนอโดย Ruth B. Dixon ที่อธิบายว่าผู้หญิงและผู้ชายมีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจน โดยผู้หญิงมีบทบาทในครัวเรือนซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัว ส่วนผู้ชายมีบทบาททางเศรษฐกิจในพื้นที่นอกบ้าน หรือพื้นที่สาธารณะ แต่ผลการศึกษาพบว่าผู้หญิงเจ้าของร้านค้าสามารถแสดงบทบาทได้ทั้งบทบาททางเศรษฐกิจและบทบาทในครัวเรือน โดยสาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงแสดงบทบาทได้ทั้ง 2 แบบ เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการคือ ประการแรก ผู้หญิงไม่ต้องแย่งชิงบทบาททางเศรษฐกิจกับผู้ชาย และประการที่สอง ผู้หญิงสามารถพัฒนาบุคลิกภาพของตัวเองให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ที่ต้องกระทำได้

ในประเด็นเรื่องการไม่ต้องแย่งชิงบทบาทกับผู้ชาย พบว่าในร้านชำที่มีการศึกษาเป็นร้านที่ไม่มีผู้ชายอยู่ในครอบครัวหรือบางครอบครัวมีผู้ชายอยู่ แต่ผู้ชายไม่มีความต้องการที่จะบริหารร้านชำ ทำให้ผู้หญิงสามารถมีบทบาทในร้านชำได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องแย่งชิงบทบาทกับผู้ชาย ส่วนร้านชำ 2 ร้านที่มีผู้ชายซึ่งมีบทบาทอยู่ในร้าน พบว่าผู้หญิงจะมีบทบาทที่จำกัด แต่ก็สามารถทำงานร่วมกับผู้ชายในร้านชำได้ ส่วนในเรื่องของการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้หญิงเจ้าของร้านชำ พบว่าผู้หญิงแต่ละคนมีความสามารถในการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง ที่ช่วยส่งเสริมบทบาทในการบริหารร้านชำไม่ว่าจะเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการขาย การสังเกตการณ์และจดจำ การขอความช่วยเหลือผู้อื่น การต่อสู้กับปัญหาทุกเรื่อง การมองโลกในแง่ดี ฯลฯ และจุดร่วมในตัวผู้หญิงแต่ละรายที่มีการปรับตัวเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวตามยุคตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะปรับตัวเรียนรู้งานขายของชำหรือนำประสบการณ์การขาย การทำงานด้านอื่น ๆ มาปรับใช้กับงานและพัฒนาร้านชำได้อย่างไม่หยุดนิ่ง ผลการศึกษาที่ได้ในเรื่องของการพัฒนาบุคลิกภาพ ทำให้เกิดข้อโต้แย้งกับแนวคิดของ Veronica F.Nieva and Barbara A. Gutek ที่กล่าวถึงผู้หญิงเป็นผู้ว่านอนสอนง่าย ซื่อาย ถ่อมตน ต้องอยู่ภายใต้คุณสมบัติของงานภายในบ้าน เพราะผู้หญิงแต่ละรายมีบุคลิกภาพที่เข้มแข็งและมีความเป็นตัวของตัวเอง รวมถึงมีความอดทนต่องานร้านชำที่เป็นงานหนักโดยสามารถทุ่มเทกำลังกายกำลังใจกับงานอย่างเต็มที่

การที่ผู้หญิงซึ่งเป็นเจ้าของร้านชำทั้งหมดนี้ สามารถแสดงบทบาททางเศรษฐกิจในร้านชำและบทบาทในครัวเรือนได้เป็นอย่างดีในเวลาเดียวกัน ทำให้ผู้หญิงเหล่านี้สามารถบริหารร้านชำให้อยู่รอดได้ โดยไม่ต้องอาศัยบทบาทของผู้ชาย ในการตัดสินใจและบริหารร้านเหมือนธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้ระบบการบริหารแบบชายเป็นใหญ่