

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชวห่วย) มีความสำคัญต่อวิถีไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณเนื่องจากเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย การเจริญรุ่งเรืองของร้านค้าปลีกขนาดเล็กย่อมแสดงให้เห็นถึงสถานะเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนไทย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับสองของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2543 มีประชากรทั้งสิ้น 1,472,403 คน หรือ 420,511 ครัวเรือน ในเขตอำเภอเมืองมีประชากรทั้งสิ้น 237,017 คน หรือ 73,250 ครัวเรือน โดยมีขนาดครัวเรือนเฉลี่ย 3.2 คนและมีความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 1,555.2 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2545) จากข้อมูลข้างต้นทำให้เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่นำลงทุน โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภค-บริโภค

ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันร้านค้าปลีกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยจากเดิมเป็นเพียงร้านค้าห้องแถวขนาดเล็กกลายเป็นร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้แม้ว่าผู้บริโภคจะพึงพอใจเพิ่มขึ้นก็ตามแต่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กก็ได้รับผลกระทบในแง่ลบด้วยเช่นกัน

ก่อน พ.ศ.2541 บทบาทของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ถึงแม้ว่าจะมีห้างสรรพสินค้าต้นตราภรณ์ ห้างสีสวนพลาซ่า เซนทรัลภาคสวนแก้วและโรบินสันเปิดบริการอยู่ก็ตาม แต่ผลกระทบต่อร้านค้าขนาดเล็กก็ยังไม่รุนแรงเพราะมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการค้าปลีกของจังหวัดเชียงใหม่เพราะมีร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภค-บริโภคขนาดใหญ่ข้ามชาติซึ่งได้แก่ โลตัส ซูเปอร์เซนเตอร์(ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น เทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซนเตอร์) จำนวน 2 ร้าน โอของ (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น บิ๊กซี ซูเปอร์เซนเตอร์) จำนวน 1 ร้าน และ คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 1 ร้านเข้ามาเปิดบริการในเขตอำเภอเมือง ถึงแม้ว่าร้านค้าเหล่านี้จะวางกลยุทธ์เป็นผู้ค้าส่ง โดยมีลูกค้าเป้าหมายคือร้านค้าปลีกขนาดเล็ก แต่ลักษณะการขายสินค้าที่มีทั้งขายแยกชิ้นและยกกล่องโดยเน้นกลยุทธ์ด้านสินค้าหลากหลาย ราคาที่ต่ำกว่า การส่งเสริมการขายที่ดีกว่าอันเนื่องมาจากอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตและเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าร่วมกับการจัดร้านให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น มีศูนย์อาหารราคาถูก เป็นต้นทำให้ลูกค้าเดิมของร้านค้าปลีก

ขนาดเล็กเปลี่ยนใจไปใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้นส่งผลให้ยอดขายลดลง นอกจากนี้ การดำเนินการของร้านสะดวกซื้อซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่มีการจัดการที่ทันสมัยเช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น ที่เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2531 แล้วขยายสาขาจนมีมากกว่า 1,721 แห่งทั่วประเทศในปัจจุบัน (เชียงใหม่รัฐวิ, 2545) ส่งผลให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่จำหน่ายสินค้าทั่วไปใช้ในชีวิตประจำวันและประกอบกิจการอยู่ตามบ้านและตึกแถวมียอดขายลดลงอยู่ในช่วง 41 ถึง 60 % ระหว่างปี พ.ศ. 2541 ถึง 2542 (โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก, 2542) และในระหว่างเดือน มกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2545 มีนิติบุคคลที่เลิกกิจการจำนวน 5,254 ราย เพิ่มขึ้น 54.17 % เทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 โดยธุรกิจที่เลิกกิจการมากที่สุดคือธุรกิจขายส่ง ขายปลีก กภัตตาคารและโรงแรม (เดลินิวส์, 2545)

มีการคาดหมายกันว่าในปี พ.ศ.2545 ร้านค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นเป็น 117 แห่งทั่วประเทศครอบคลุมตลาดได้มากกว่า 20% ของมูลค่าตลาดค้าปลีกทั้งหมดกว่า 500,000 ล้านบาท ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น ก็วางแผนขยายสาขาโดยมีเป้าหมายที่ 2,000 สาขาในปี พ.ศ. 2546 ประกอบกับมีข่าวโครงการลดขนาดร้านค้าปลีกข้ามชาติลงจากขนาดใหญ่เป็นขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น ร้าน ดีเคอร์ไพร์ซ์ ของ บิ๊กซี (เชียงใหม่รัฐวิ, 2545) ซึ่งถ้าเรื่องดังกล่าวเป็นความจริงย่อมส่งผลกระทบต่อกิจการค้าปลีกขนาดเล็กของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ดังนั้นเพื่อให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก สามารถยืนหยัดอยู่รอดได้ในปัจจุบันและอนาคต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานใหม่ให้สอดคล้องกับสถานะที่แข่งขันกันอย่างรุนแรง ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลของการศึกษารั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในการพัฒนาปรับปรุงตนเองและจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เนื้อหาที่จะศึกษาได้แก่การดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็กโดยใช้แนวคิดนโยบายการค้าปลีกและกลยุทธ์การค้าปลีกเป็นหลัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในการปรับปรุงร้านและเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือร้านค้าปลีกขนาดเล็กให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป