

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นับแต่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศเข้ามามีบทบาทในตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคของใช้ประจำวันในประเทศไทย ด้วยความพร้อมทางด้านเงินทุน เทคโนโลยี การจัดการที่ทันสมัยพร้อมกับการขยายสาขาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และการนำกลยุทธ์ด้านราคามาใช้ในการแข่งขัน ทำให้เกิดผลกระทบกับธุรกิจค้าปลีกทั้งขนาดกลางและเล็กของไทย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กที่มีอยู่มากมายทั่วประเทศ ถึงแม้ว่ากลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กเหล่านี้แท้จริงจะถือเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ หรือ คิสเคาท์สโตร์มากกว่าจะเป็นคู่แข่งกัน แต่กระนั้นการเข้ามาลงทุนของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ ก็มีผลกระทบต่อยอดขายของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของไทย ดังรายงานการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก พบว่า ในช่วงระหว่างปี 2541 ถึง 2542 ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กที่จำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวันและประกอบกิจการอยู่ตามบ้านและตึกแถว มียอดขายลดลงในช่วง 41 ถึง 60 % ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านค้าปลีกที่อยู่ในต่างจังหวัดและเป็นร้านค้าที่มีการดำเนินงานในลักษณะธุรกิจครอบครัว จึงไม่ค่อยมีการปรับตัวทางธุรกิจ เมื่อประสบปัญหาทางด้านการแข่งขัน (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, 2542: 72-73)

จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นจังหวัดทางภาคเหนือที่มีศักยภาพทางการค้า การเงิน การลงทุน การอุตสาหกรรม การเกษตรกรรม การศึกษา ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย โดยในปี 2543 มีประชากรจำนวน 1,590,327 คน ซึ่งมากเป็นอันดับ 5 ของประชากรในประเทศไทย รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 56,287 บาท และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน 8,600 บาท ซึ่งคิดเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภค บริโภคร้อยละ 82.5 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หรือเท่ากับ 7,095 บาทต่อเดือน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2544: 6) ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ต่างสนใจที่มา ลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่กันเป็นจำนวนมาก

ในอดีตรูปแบบธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นเพียงร้านค้าห้องแถว โดยมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับร้านค้า ผู้ประกอบการไม่มีระบบการบริหารงานและการจัดการที่ได้มาตรฐาน ส่วนร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีเพียงห้างสรรพสินค้าต้นตราภัณฑ์และสิสวัน พลาซ่าเท่านั้น แต่นับตั้งแต่ปี 2535 ธุรกิจค้าปลีกใน

จังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เมื่อห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลของกลุ่มเซ็นทรัลซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงเข้ามาในธุรกิจค้าปลีกเชียงใหม่ และต่อมาก็มีผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่ง อีกจำนวนมากที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน แม็คโคร และกลุ่มค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์ท โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์และโอซอง ไฮเปอร์มาร์ทซึ่งต่อมาภายหลังเปลี่ยนเป็นบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกที่เข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกทีจนทำให้การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกของจังหวัดเชียงใหม่ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 22 – 24 ก.ย. 2540: 22 – 23)

ดังนั้นเพื่อให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กสามารถยืนหยัดอยู่รอดในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาตนเองให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับธุรกิจค้าปลีก นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในการปรับปรุงพัฒนาคุณสมบัติรวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นิยามศัพท์

คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก คือ คุณสมบัติที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ควรจะมี ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ ความมานะ ความเป็นมิตร ความเป็นผู้นำ ความสามารถในการตัดสินใจ การมองการณ์ไกล การแสดงออกอย่างมีประสิทธิภาพ อุปนิสัย และความสามารถในการบริหาร (Delbert J. Duncan and Charles F. Phillips, 1970: 4 – 10)

ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก หมายถึง ธุรกิจค้าขายของชำที่จำหน่ายสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น สบู่ ผงซักฟอก น้ำปลา ขนมขบเคี้ยว ฯลฯ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และมีสินทรัพย์รวมไม่เกิน 20 ล้านบาท โดยในปี 2540 ถึง 2544 จดทะเบียนร้านค้าในรูปแบบคชชรรรรมดา ณ สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งหมด 230 ร้าน