

แนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

The Adaptation of Traditional Retail Shop in Bangplama District Suphanburi Province

◆ เพ็ญลักษณ์ ทองศรี

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ
บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

Penlak Thongsri

Student, Master of Business Administration Program, Hospitality Business Management
Graduate School, Dusit Thani College, E-mail: pui_7737@hotmail.com

◆ ณัฐนรี สมิตร

อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

Natnaree Smith

Ph.D., Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School,
Dusit Thani College, E-mail: natnaree.sm@dtc.ac.th

Received: September 14, 2019; Revised: September 23, 2019; Accepted: October 12, 2019

Abstract

This research was employed qualitative research and aimed (1) to analyze the situation in the traditional retail shop operations Bangplama District, Suphanburi Province (2) to study feasibility and the opportunity to adapt to traditional retailers Bangplama District, Suphanburi Province and (3) to develop the adaptation guidelines for operating a traditional retail shop in Bangplama District, Suphanburi Province. There were 11 key informants which included of 3 convenience store operators, 3 government agencies and 5 traditional retailers. The data were collected by using semi-structured interviews data were analyzed by content analysis and presented in essay form.

The results of this research revealed that (1)The competition of the retail shops has changed dramatically due to the convenience store access, which has expanded many branches resulting in increased competition. (2)The majority of traditional retailers expected that in the future they will have to go out of business or switch to other types of businesses.

In addition, the owners of traditional retail shop who do not have much funds should be unable to complete with modern retailers in the future. Therefore, the government should develop policy to support the operation of medium-sized businesses and small ones have the opportunity to develop their potential and (3) Traditional retailers should improve physical appearance by adding more light to their stores. With a more organized product layout focusing on marketing promotion activities conducting studies on customer needs and should be combined into an organization to have the bargaining power with the product manufacturers, because the integration into a large organization will be able to bargain getting more cheaper products

Keywords : Adaptation, Retail Business, Traditional Retail Shop

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี (2) ศึกษาความเป็นไปได้ และโอกาสในการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี และ (3) พัฒนาแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ จำนวน 3 แห่ง กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 แห่ง และกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 5 แห่ง โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า (1) การแข่งขันร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเป็นอย่างมากเนื่องจากการเข้ามาถึงร้านสะดวกซื้อ ซึ่งได้มีการขยายสาขาหลายสาขา ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น (2) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่คาดว่าจะต้องเลิกกิจการหรือเปลี่ยนไปทำธุรกิจประเภทอื่น ประกอบกับเจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีเงินทุนไม่มาก ไม่สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ในอนาคต ดังนั้น ภาครัฐจึงมีการกำหนดนโยบายให้การสนับสนุนการประกอบกิจการของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเอง และ (3) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรมีการปรับปรุงด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การเพิ่มแสงสว่างภายในร้าน มีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบมากขึ้น ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทำการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า และควรจะมีการรวมตัวกันให้เป็นองค์กรเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากการรวมตัวกันเป็นองค์กรใหญ่ ๆ จะสามารถต่อรองราคา ได้สินค้าราคาถูก

คำสำคัญ : การปรับตัว ธุรกิจค้าปลีก ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

บทนำ

ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วย (Traditional Trade) เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าส่งค้าปลีกซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 2.5 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมการผลิตที่มีสัดส่วนร้อยละ 27.4 (Bank of Thailand, 2017) เป็นธุรกิจการค้าที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมานาน เนื่องจากเป็นแหล่งการกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค การพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วย ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านค้าต่างจากเดิมมากนัก การจัดวางสินค้าระบบงานภายในร้านแม้ว่าในปี พ.ศ. 2560 จะมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว มีการเปิดกว้าง และมีทางเลือกที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคประกอบกับการพัฒนารูปแบบค้าปลีกแบบต่าง ๆ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และโครงสร้างของธุรกิจร้านค้าปลีกอย่างรวดเร็วภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์จากรูปแบบเดิม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่นักลงทุนต่างประเทศนำเข้ามาปรับใช้เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกทันสมัยที่เรียกว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern) ซึ่งมีกระบวนการบริหารจัดการ และการทดแทนสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sukpongthai, 2016) นอกจากนี้ยังมีระบบศูนย์การกระจายสินค้าที่เอื้อประโยชน์ต่อการขนส่ง และทำหน้าที่เสมือนผู้ค้าส่งทำให้ขายสินค้าในราคาที่ถูกลง และมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต (Supplier) มากขึ้น และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงทำให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern) ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์มากกว่าธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย จึงทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวนมากได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ทั้งนี้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นอีกหนึ่งสายธุรกิจที่มีความเก่าแก่มากที่สุดของเมืองไทย เป็นกิจการที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในทุกกลุ่ม ส่งผลให้กิจการประเภทนี้ ถือว่าได้รับความนิยมมากจากทั้งทางฝั่งผู้ประกอบการ และผู้บริโภคในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะในจังหวัดสุพรรณบุรีที่พบว่า ส่วนใหญ่ยังมีผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวนมาก โดยลักษณะร้านค้าจะเป็นร้านห้องแถวขนาดเล็กที่มีพื้นที่ไม่มากนักขนาด 1-2 คูหา ร้านค้าบางร้าน ชั้นบนจะเป็นที่พักอาศัยส่วนชั้นล่างเป็นพื้นที่สำหรับขายสินค้าของกิจการมักเป็นคนพื้นที่เป็นร้านค้าที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภค ขายสินค้าให้กับผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และบริเวณรอบ ๆ เมือง การจำหน่ายสินค้าเป็นรูปแบบเดิม คือการตกแต่งร้านค้าไม่ทันสมัย การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่อาศัยความสะดวกในการหยิบสินค้าให้กับลูกค้า สินค้าภายในร้าน ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ในจังหวัดสุพรรณบุรีค่อนข้างมีความรุนแรงในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภท ร้านค้าปลีกในรูปแบบการขายส่ง ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) และร้านสะดวกซื้อ โดยที่แต่ละประเภทล้วนพยายามที่จะขยายส่วนแบ่งการตลาดเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคทำให้ผู้ประกอบการต้องคิดหาวิธีการ เพื่อที่จะหาความได้เปรียบด้านการส่งเสริมการตลาดเหนือกว่าคู่แข่ง โดยการออกโปรโมชั่นต่าง ๆ ทั้ง ลดแลก แจก แถม มีผลทำให้กำไรลดลง โดยผู้บริโภคในปัจจุบันนิยม

เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความหลากหลายของสินค้าและมีรูปแบบความบันเทิงอื่น ๆ อยู่ภายใน ส่งผลกระทบต่อร้านค้าขนาดเล็ก โดยเฉพาะร้านค้าแบบดั้งเดิมอย่างรุนแรง ร้านค้าเหล่านี้จำนวนมากต้องปิดกิจการลง ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งยังคงเปิดดำเนินการและพบว่ายอดขายลดลง (The Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand, 2020)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่นสามารถไปพัฒนาปรับปรุงกิจการร้านค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการตามสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนหรือวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนมาตรฐานการดำเนินงานที่มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และพัฒนาต่อยอดธุรกิจในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และโอกาสในการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่งมีพื้นที่ศึกษาวิจัย คือ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ และกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วยที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ตำบลอรัญราษฎร์ ตำบลไผ่กองดิน และตำบลโคกคราม

นิยามศัพท์

แนวทาง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านคุณภาพที่จะทำให้ดีขึ้น เหมาะสมขึ้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านใดด้านหนึ่งให้ดีขึ้นกว่าเดิม

การปรับตัว หมายถึง การที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางด้านความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ และความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

การดำเนินธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้า และบริการโดยมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน และมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการประโยชน์หรือกำไรจากการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หมายถึง ร้านค้าขายสินค้าเข้าถึงผู้บริโภคโดยผ่านบุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ และดำเนินการบริหารงานแบบอิสระไม่มีระบบการจัดการบริหารงาน มีรูปแบบที่หลากหลาย ขายสินค้าในพื้นที่ฐานความจำเป็นในการดำรงชีวิต

อำเภอบางปลาม้า หมายถึง อำเภอหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี มีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มอาชีพหลักของคนในอำเภอ คือ ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ รับจ้าง และอีกหนึ่งอาชีพที่คนในชุมชนให้ความสนใจจึงหันมาเปิดธุรกิจเป็นของตนเอง คือ ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทาง

แนวทาง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านคุณภาพที่จะทำให้ดีขึ้น เหมาะสมขึ้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านใดด้านหนึ่งให้ดีขึ้นกว่าเดิม แนวทางเป็นหลักการในการพัฒนา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ดังนั้น จึงได้ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทางมาใช้ในการศึกษา เพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้อย่างยั่งยืน ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทาง ประกอบด้วย (1) การนำเอาแบบจำลองความทันสมัยเป็นองค์ความรู้สำคัญในการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา (2) การลงทุนเพื่อหาแนวทางในการพัฒนา (3) การนำหลักการของการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (Phromphakpeng, 2006)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว

การปรับตัว เกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด บุคคลจึงต้องเผชิญปัญหา และเกิดความไม่สบายใจจนกลายเป็นความเครียด ความกังวลใจ ความคับข้องใจ ความขัดแย้งในใจ จึงเป็นสาเหตุให้บุคคลนั้นต้องอาศัยการปรับตัว เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินชีวิต โดยลักษณะการปรับตัวของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ สภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่บุคคลนั้นกำลังเผชิญอยู่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกของตนที่เรียกว่าการปรับตัว โดยมีจุดประสงค์ว่าต้องการให้ธุรกิจค้าปลีกอยู่ในสภาวะสมดุล ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องการปรับตัวแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) ปัจจัยภายใน เป็นความต้องการทางใจ ซึ่งมีอยู่ในตัวบุคคล คือ ความต้องการ ความสำเร็จในชีวิตทำให้ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (2) ปัจจัยภายนอก เป็นความต้องการของสังคม และ

สภาพแวดล้อม ทำให้ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Roy and Andrews, 1999)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการดำเนินงานที่คำนึงถึงศักดิ์ศรีของผู้ที่ถูกวิจัยในฐานะที่เป็นเพื่อนมนุษย์ โดยให้ความสำคัญต่อความรู้สึกนึกคิด และการตีความหมายของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาจากแง่คิดหรือมุมมองของบุคคลเหล่านั้น การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลหรือความเป็นไปในแต่ละองค์กรนั้น นักวิจัยเชิงคุณภาพต้องเข้าสัมผัสปรากฏการณ์ และมีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวกับบุคคลที่ถูกวิจัย ฉะนั้นข้อกำหนดที่สำคัญก็คือ ผู้ที่ดำเนินวิจัยจะต้องไม่ยึดติดกับกรอบความคิดหรือทัศนคติของตนเอง แต่จะต้องทำความเข้าใจ และยอมรับแนวคิดรวมทั้งวัฒนธรรมของบุคคล องค์กรหรือชุมชนที่ตนทำการศึกษา โดยถือว่าเขาเหล่านั้นมีฐานะ และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกับตนเอง การยอมรับเช่นนี้ ก่อให้เกิดความไว้วางใจ และช่วยให้ นักวิจัยเข้าถึงระบบความคิดของบุคคลที่ถูกศึกษา และสามารถสะท้อนความเป็นจริงของปัญหา และปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาได้ (Photisita, 2006)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจร้านค้าปลีก

ธุรกิจการค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะมีรูปแบบการค้าปลีกแบบใหม่เกิดขึ้น วงจรชีวิตของธุรกิจค้าปลีกค่อนข้างสั้น มีการเพิ่มขึ้นของการค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง การเปลี่ยนแปลงในรูปการเลือกซื้อโดยแวะซื้อเพียงครั้งเดียว มีการเจริญเติบโตของระบบการตลาดในแนวตั้ง การออกแบบร้านค้าที่มีความทันสมัย มีการจัดกลุ่มธุรกิจหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การขยายตัวของพ่อค้าปลีกที่สำคัญไปทั่วโลก และร้านค้าปลีกกลายเป็นศูนย์กลางของชุมชนมากขึ้น การค้าขายปลีกสมัยใหม่นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญของสังคมทั่วโลก เพราะเป็นระบบการค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สะดวกสบาย การแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีโอกาสเลิกกิจการ เนื่องจาก ห้างค้าปลีกสมัยใหม่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย และมีการจัดทำโปรโมชั่นที่หลากหลาย ทำให้กำไรที่ได้ลดลง จนไม่สามารถปรับตัวทัน และเสียส่วนแบ่งให้แก่ร้านค้าปลีกหรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Kapyubon, 2009)

สรุปว่าการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีโอกาสเลิกกิจการ เนื่องจาก ห้างค้าปลีกสมัยใหม่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย และมีการจัดทำโปรโมชั่นที่หลากหลาย ทำให้กำไรที่ได้ลดลง จนไม่สามารถปรับตัวทัน และเสียส่วนแบ่งให้แก่ร้านค้าปลีกหรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านค้าของชำที่คนทั่วไปรู้จักกันในชื่อร้านโชห่วย เป็นอีกหนึ่งสายธุรกิจที่มีความเก่าแก่มากที่สุดของเมืองไทย เป็นกิจการที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในทุกกลุ่ม ส่งผลให้กิจการประเภทนี้ ถือว่าได้รับความนิยมมากจากทั้งทางฝั่งผู้ประกอบการ และผู้บริโภคในอดีตที่ผ่านมา ร้านค้าปลีกดั้งเดิมสามารถแบ่งย่อยออกได้อีก ดังนี้ (Chaiyaprukyanont, 2017)

1. ร้านค้าปลีกในตลาดสด ร้านค้าปลีกในลักษณะนี้จะมีทั้งร้านค้าที่เป็นแบบแบกะดิน และตั้งขายในที่ว่างขนาดต่าง ๆ ทั้งขนาดเล็กและใหญ่ สินค้าที่ขายในตลาดสด จะเป็นอาหารสด เครื่องอุปโภคขนาดเล็ก ซึ่งลักษณะของสินค้าจะไม่มีบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

2. หาบเร่ และแผงลอย ลักษณะของการค้าในรูปแบบนี้จะนำสินค้าใส่ตะกร้าหรือรถเข็นไปตั้งขายตามที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือนำไปขายตามเส้นทางประจำหรือขายตามเทศกาลต่าง ๆ โดยหมุนเวียนไปตามสถานที่ต่าง ๆ สินค้าที่นำมาจำหน่ายจะมีหลากหลายรูปแบบ โดยจะมีทั้งเครื่องอุปโภคบริโภค แต่จะมีสินค้าน้อยประเภทเมื่อเทียบกับร้านค้าปลีกดั้งเดิมในประเภทอื่น ๆ

3. โชห่วย/ร้านชำ เป็นร้านค้าปลีกที่เน้นขายเครื่องอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันเป็นหลัก โดยมีที่ตั้งของกิจการที่แน่นอน ซึ่งเจ้าของกิจการจะเป็นคนพื้นบ้านนั่นเองหรือเป็นเจ้าของอาคารสถานที่นั้น บางร้านค้านอกจากจะมีเพียงสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป แต่ยังมีจำหน่ายอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ปลา ผัก หรืออาหารสำเร็จรูป เป็นต้น

ดังนั้นผู้บริหารกิจการค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องดำเนินกิจการอย่างรอบคอบ รวมถึงการสรรหาความรู้ทางด้านการตลาด การวางแผนควบคุมกำไร ตลอดจนการบริหารกิจการร้าน และจำเป็นที่จะต้องรู้จักการประยุกต์นำกลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบต่าง ๆ มาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่กิจการของตนเอง และเพื่อที่จะให้กิจการของตนเองสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่เป็นร้านค้าปลีกรายอื่น ๆ ได้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วยควรที่จะเสริมสร้างจุดแข็งหรือจุดเด่นของกิจการของตนเองให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องของการเน้นความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า และการเปิดให้บริการใกล้บ้านเรือน ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางไกลหรือใช้เวลาในการเดินทางเพื่อที่จะซื้อสินค้ามากนัก รวมถึงพัฒนาด้านการบริการให้ดีขึ้น

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีก

จากสภาพแวดล้อมและนโยบายเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศที่สอดคล้องกับภาวะการณ์ของเศรษฐกิจเสรีในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่การค้าปลีกไทยต้องปรับตัวให้ทันกับภาวะแวดล้อม สังคม และธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนไป การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษากลยุทธ์การบริหารการค้าปลีกที่จะนำไปยังความได้เปรียบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสะดวกสบาย ความครบถ้วนของสินค้า การบริหารการจัดการที่ทันสมัยที่ต้องการผู้มีความชำนาญความรู้ในการจัดการแบบใหม่ การแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ต จากการบริหารการค้าปลีกที่ประสบความสำเร็จ (successful retailing) การสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญสามารถวัดได้จากกำไร ซึ่งกำไรจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมียอดขายสูงและเมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วมีกำไรคงเหลือ ผู้ค้าปลีกจะต้องวางแผนที่จะพัฒนาธุรกิจเพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และปัจจัยที่จะนำมาสู่ความสำเร็จของค้าปลีกในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางการตลาด สังคม การเมือง เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมทางการ

แข่งขัน เป็นสิ่งที่ท้าทาย หลักพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ แบ่งออกเป็น 7 ประการ (Sodevquist, 2015)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (1) ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) (2) รองผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ มินิ บิ๊กซี (Mini Big C) และ (3) ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ ซีเจ เอ็กซ์เพรส (CJ Express)

2. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (1) รองปลัดเทศบาลตำบลไผ่กองดิน สำนักงานเทศบาลตำบลไผ่กองดิน (2) ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลองครักษ์ องค์การบริหารส่วนตำบลองครักษ์ และ (3) ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 ตำบลองครักษ์ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

3. กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการ และสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริง จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ (1) เจ้าของร้านไบหยก มินิมาร์ท (2) ผู้แทนเจ้าของร้านลุงโรจน์ (3) เจ้าของร้านโสภา (4) เจ้าของร้านพีเบญ และ (5) เจ้าของร้านเหลืองวิลัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ และผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ได้ตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจ วิธีการในการดำเนินธุรกิจ และการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และบันทึกเสียงการให้สัมภาษณ์ด้วยการบันทึกเทป โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ชุด ได้แก่ (1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับหน่วยงานภาครัฐ (2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ และ (3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก และถอดเทปสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการลงรหัสข้อมูล การรวบรวม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการวิจัยพบว่า การแข่งขันร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเข้ามาถึงร้านสะดวกซื้อ ซึ่งได้มีการขยายสาขาหลายสาขา ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ถึงจุดอ่อนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า จุดอ่อนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ สินค้าที่วางขายในร้านค้าปลีกไม่มีความหลากหลาย ประกอบกับการจัดวางสินค้าภายในร้านไม่มีการจัดหมวดหมู่ ซึ่งเกิดจากการขนาดของพื้นที่ร้านมีจำกัด ทำให้การจัดร้านไม่น่าสนใจ ผู้บริโภคไม่สามารถเลือกสินค้าได้เอง ขณะที่จุดแข็งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีประสบการณ์มายาวนานตั้งสมัยบิดา มารดา และยังมีฐานลูกค้าเก่า เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังมีทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชน ตลาด ทำให้อยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก ซึ่งเป็นทำเลที่มีความเหมาะสม และผู้ประกอบการยังมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เข้าใจวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตในท้องถิ่นเป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเอกชน พบว่า สถานการณ์ร้านค้าปลีกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมไปถึงจังหวัดที่มีการท่องเที่ยว ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง นิยมซื้อสินค้านำเข้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ประกอบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสามารถในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูง มีร้านค้าใหม่ ๆ มากขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกอย่างหลากหลาย ส่งผลให้มีการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น ผลกระทบที่ร้านค้าปลีกจากการเปลี่ยนแปลง พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบจากการที่ร้านสะดวกซื้อซึ่งมีสาขาจำนวนมาก และจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคเหมือนกัน อีกทั้งเปิดบริการตลอดทั้งวัน ทำให้ร้านได้รับผลกระทบมาก เนื่องจากมียอดขายลดลงไปจากเดิม และจากการที่ยอดขายลดลง ส่งผลให้เงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าลดลงตามไปด้วย ผู้ประกอบการไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำได้ ต้องควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ไม่กล้าเสี่ยงลงทุนขยายกิจการ และไม่สามารถเก็บรักษาสินค้าคงคลังในปริมาณมากเลือกจำหน่ายสินค้าที่ขายดี จึงทำให้สินค้าไม่หลากหลาย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยจุดอ่อนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีเงินทุนน้อย กำไรน้อย รูปลักษณ์ของร้านไม่ทันสมัย ไม่สามารถปรับปรุง เพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงร้านได้มาก เนื่องจากต้องใช้งบลงทุนสูง ขณะที่จุดแข็งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้ามีราคาถูก มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทำเลดี ใกล้ชุมชน มีลูกค้าประจำ เจ้าของร้านมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้าเป็นอย่างดี และมีการจดจำรายละเอียดของลูกค้าแต่ละรายหน้าร้าน มีที่จอดรถสะดวก และกว้างขวาง

2. สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และโอกาสในการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการวิจัยพบว่า ในอนาคตร้านค้าปลีกอาจลดจำนวนลง ส่งผลให้ปัจจุบันภาครัฐจึงมีการกำหนดนโยบายให้การสนับสนุนการประกอบการของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในด้านต่าง ๆ เช่นการให้คำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจ และจัดหาแหล่งเงินทุน เป็นโอกาสให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเอง

ปัญหา และอุปสรรคในการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เนื่องจาก พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีลักษณะเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ประกอบกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่มีความกระตือรือร้นเนื่องจากมีอายุมากขึ้น ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ในการบริหารงานธุรกิจ เช่น การจัดวางสินค้า การคัดเลือกสินค้า การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารการเงิน เป็นต้น ซึ่งร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่ควรมีการปรับปรุง และพัฒนาบริหารร้านให้มีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มีแนวทางในการให้ความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการรายย่อยมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่คาดว่าจะในอนาคตจะต้องเลิกกิจการหรือเปลี่ยนไปทำธุรกิจประเภทอื่น เนื่องจากเห็นว่าการค้าปลีกในอนาคตจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ประกอบกับเจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีเงินทุนไม่มาก ไม่สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ในอนาคต อีกทั้งยังขาดผู้สืบทอดกิจการเนื่องจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมบริหารงานโดยสมาชิกในครอบครัว เมื่อเจ้าของร้านผู้ก่อตั้งกิจการมีอายุมากขึ้น สมาชิกในครอบครัวของเจ้าของร้านส่วนมากไม่ต้องการดำเนินกิจการต่อ เนื่องจากมีการแข่งขันสูงและมีอาชีพหรือธุรกิจอื่นที่ให้ผลกำไรมากกว่า

3. สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการวิจัย พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรมีการปรับปรุงด้านลักษณะทางกายภาพคือ การเพิ่มแสงสว่างภายในร้าน มีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบมากขึ้น ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทำการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ควรรักษาจุดเด่นเกี่ยวกับความเป็นมิตรระหว่างผู้ขายและลูกค้าไว้ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถพบได้ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเอกชน พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรมีการรวมตัวกันให้เป็นองค์กรเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากการรวมตัวกันเป็นองค์กรใหญ่ ๆ จะสามารถต่อรองราคา ได้สินค้าราคาถูกมากกว่าร้านค้าเล็ก ๆ และควรมีการปรับแต่งร้านให้ดูทันสมัย สะอาด เป็นระบบ การจัดร้านค้าปลีกในปัจจุบันไม่น่าสนใจดังนั้นการจัดร้านต้องปรับปรุงโดยให้ความสำคัญกับความสะอาด จัดให้มีแสงสว่างเพียงพอ จัดบรรยากาศให้ร้านน่าเข้าไปใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น

ขณะที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เห็นว่าร้านค้าปลีกควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย อีกทั้งควรมีการปรับปรุงร้านค้าให้มีความน่าสนใจ ปรับปรุงในการจัดเรียงสินค้า ความสะอาดของร้านค้า เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ไม่มีการสร้างระบบเพื่อให้มีการทำงานแทนได้ ไม่มีการจัดทำบัญชีของร้าน ไม่มีการควบคุมคลังสินค้าของร้าน และไม่มีการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการหาความรู้เพิ่มเติมในธุรกิจ ยังคงใช้รูปแบบกิจการเช่นเดียวกับตอนเริ่มกิจการร้านค้าปลีก ในขณะที่ผลกระทบที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ จำนวนลูกค้า ยอดขาย และรายได้ลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง นิยมที่จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แทนการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใกล้บ้าน เนื่องจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านไม่สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องการซื้อสินค้าได้ ซึ่งการดำเนินธุรกิจทางการค้ามีผลมาจากการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการเพิ่มความต้องการ ตลอดจนการนำระบบเทคโนโลยีที่ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ ทำให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จึงเข้าใกล้แหล่งชุมชนมากขึ้น เป็นผลทำให้การค้าปลีกแบบเดิมได้รับผลกระทบเข้าไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Soukaew (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัญหา และวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากเดิมภาวะแข่งขันในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังไม่มีความรุนแรง เพราะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง ไม่มีใครเป็นผู้นำตลาด ความสามารถใกล้เคียงกัน สินค้า และบริการไม่มีความแตกต่างกัน จนกระทั่งมีการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงร้านสะดวกซื้อ ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันรุนแรงขึ้นมาก เพราะมีการแข่งขันในด้านราคาสินค้า และบริการเสริมพิเศษแบบใหม่ ๆ ความครบถ้วนของสินค้า และบริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถแข่งขันได้ เพราะมีเงินทุนน้อย ไม่สามารถปรับรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และโอกาสในการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความเป็นไปได้ และโอกาสในการปรับตัวร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ที่ผ่านมาร้านค้าปลีกได้มีความพยายามในการปรับตัวภายหลังจากได้รับผลกระทบ แต่การ

ปรับตัวของร้านค้าปลีกยังไม่ได้มีการปรับตัวมากพอที่จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค เนื่องจาก เป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย เพื่อปรับประคองให้กิจการดำเนินต่อไปได้ รักษาลูกค้าเดิม พยายามหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะของแต่ละร้านเพื่อไม่ให้รายได้ลดลงหรือลดลงไม่มาก แต่ไม่สามารถทำให้รายได้เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kapyubon (2009) ที่ได้กล่าวว่า จากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกในปัจจุบัน ส่งผลให้รูปแบบการค้าขายของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก การขยายตัวอย่างรวดเร็วของห้างค้าปลีกสมัยใหม่หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนสาขามากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปี ทำให้กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคมีช่องทางในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น อันส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยสามารถดำรงอยู่ได้ตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป จึงจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด เช่น การนำเสนอสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงสินค้าภายในร้าน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนการบริหาร และควบคุมต้นทุนซึ่งต้องคำนึงถึงการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอ บางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอ บางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรรวมตัวกันเป็นองค์กรเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากการรวมตัวกันเป็นองค์กรใหญ่ ๆ จะสามารถต่อรองราคา ได้สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้าเล็ก ๆ และยังคงปรับแต่งร้านให้ดูทันสมัย สะอาด เป็นระบบ การจ้ดร้านค้าปลีกในปัจจุบันไม่น่าสนใจดังนั้น การจ้ดร้านต้องปรับปรุงโดยให้ความสำคัญกับความสะอาด จัดให้มีแสงสว่างเพียงพอ จัดบรรยากาศให้ร้านน่าเข้าไปใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจะทำให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายผู้ประกอบการต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ควรทำการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดกับลูกค้า การแลกของรางวัลต่าง ๆ สร้างจุดเด่นของร้านให้เป็นที่รู้จักเพื่อให้ดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับ Jiamsiphong (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหา และแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน พบว่า สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุง คือ ควรพัฒนาจ้ดร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้โดยอิสระเสรี ควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่า คือกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหาสินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ และพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้น และควรมีการทำตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มากกว่านี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรทำเพื่อความอยู่รอดในอนาคต คือ สร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิม

เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ ตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย มีการวางแผนการกำหนดปริมาณสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ตามต่าง ๆ จัดลด แลก แจก แถม ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ และควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงทัศนียภาพภายนอก และภายในร้านให้สะอาด สะดวกต่อการซื้อสินค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ควรมีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ โดยควรมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และผู้ค้าส่ง เพื่อช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผ่านระบบการค้าส่งโดยเปลี่ยนระบบค้าส่งให้เป็นระบบกระจายสินค้าไปพร้อมกัน เพื่อช่วยลดต้นทุน ให้มีระบบการฝึกอบรมผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มีความสามารถในการประกอบกิจการที่สูงขึ้น และกำหนดนโยบายที่ชัดเจน รมรงค้ในการกระตุ้นให้คนไทยอุดหนุนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของประเทศไทย เพื่อให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ได้

3. หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ควรจัดอบรมร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบแนวทางการปรับตัวในสถานการณ์ปัจจุบัน และพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ พร้อมทั้งแนะนำเทคนิคการค้าปลีกสมัยใหม่ให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการร้าน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยแนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ดังนั้น การวิจัยในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงทัศนคติ และความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาร้านค้าปลีกให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2. ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่ เพื่อหาข้อสรุปที่มีความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น

References

Bank of Thailand. (2017). Economic Report. Retrieved from

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/EconomicReport/DocLib_AnnualRepo/Report_2017Y.pdf.

- Chaiyapruuekyanont, C. (2017). *The effect of the expansion of modern retailers on traditional retailers in Kalasin province*. Kalasin: Kalasin University.
- Jiamsiphong, S (2011). *Problems and solutions for a sustainable retail future*. Bangkok: Secretariat of the Senate.
- Kapyubon, W. (2009). *Factors Affecting Buying Decision at Small Retail Shops in Ubon Ratchathani Municipal Area*. Master of Business Administration thesis. General Management Graduate School, Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- Photisita, C. (2006). *Science and art of qualitative research*. Bangkok: Amarin.
- Phromphakpeng, B. (2006). *Guidelines for development*. Khon Kaen: Khon Kaen University.
- Roy, C. and Andrews, H. A. (1999). *The Roy's Adaptation Model*. Stamford: Appleton & Lange.
- Sodevquist, D. (2015). *The Wal-Mart Way*. New York: Nelson Business.
- Sukpongthai, S. (2016). *The guideline for managing tradition retail shops (sho-huy) after the opening of asean economic community in muang, chachoengsao*. Master of Business Administration Thesis, World Business Management Program, Faculty of Commerce, Burapha University.
- Soukaew, R. (2010). *Problems and the adjustment methods of the traditional retail stores in the competition of the modern convenience stores in Chiangmai*. Master of Business Administration Thesis, Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Maejo University.
- The Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand. (2020). *Retail situation*. Retrieved from <https://thaichamber.org/network/>.



Penlak Thongsri, Student, Master of Business Administration Program, Hospitality Business Management Graduate School, Dusit Thani College.



Natnaree Smith, Ph.D., Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Dusit Thani College.