

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ยุคโลกาภิวัตน์เป็นยุคของการแข่งขันเสรี ธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องพัฒนาตนเองอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ทัดเทียมกับยุคสมัยและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามในช่วงเศรษฐกิจประเทศไทยขยายตัวค่อนข้างสูงในช่วงปี 2530-2539 ธุรกิจค้าปลีก ได้พัฒนาช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย สถิติการค้าปลีกในช่วงปี 2540-2544 ยอดขายของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยมีมูลค่าเฉลี่ยเดือนละ 66,000 ล้านบาท¹ ซึ่งมีมูลค่าลดลงจากปีก่อนหน้าถึง 36.1% เนื่องจากความซบเซาทางเศรษฐกิจอันเป็นผลจากวิกฤตการณ์ทางการเงินในประเทศ อย่างไรก็ตาม ในปี 2542 ธุรกิจค้าปลีกเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวตามเศรษฐกิจ และขยายสาขาของผู้ประกอบการรายใหญ่ต่างประเทศ มีมูลค่าขยายตัวปีก่อนหน้าถึง 30.2% ปี 2543 ขยายตัวในอัตราชะลอตัวอีกครั้ง อันเป็นผลจากปัจจัยทางด้านราคาน้ำมัน และค่าเงินบาทที่อ่อนตัว ส่วนในปี 2544 การขยายตัวชะลอลงอีกมาอยู่ที่ 10.7% ตามภาวะเศรษฐกิจ สำหรับในช่วง 7 เดือน (ม.ค.-ก.ค.45) ธุรกิจค้าปลีกยังคงมีอัตราการขยายตัวถึง 12.2% สูงกว่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเล็กน้อย

อำเภอบ้านแพ้วเป็นอำเภอเล็กๆในชนบทซึ่งมีร้านค้าปลีกกระจายอยู่ทั่วไปเพราะห่างไกลจากร้านค้าแบบสมัยใหม่ ทำให้การแข่งขันที่เกิดจากการขยายตัวจากร้านแบบสมัยใหม่มีผลกระทบต่อในอำเภอนี้ แต่อย่างไรก็ดี ในตัวตลาดเองก็ยังมีร้านสะดวกซื้อไปเปิดสาขามากขึ้น ทำให้ร้านค้าแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบ และ ทำให้รูปแบบการจับจ่ายซื้อหาสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนไปเป็นการหาซื้อสินค้าจากร้านใกล้บ้าน ซึ่งมีทั้งร้านแบบดั้งเดิมอย่างร้านขายของชำ และร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ มีสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันวางจำหน่ายครบถ้วนตลอดเวลา มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระบบ และให้บริการตนเองอย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจค้าปลีกอย่างมากในปัจจุบันแต่ก็ยังมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังผูกพันกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

¹ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2545 หน้า 23.

ดังนั้นผู้ศึกษามีความสนใจจะทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนและปรับกลยุทธ์การตลาดของร้านค้าปลีก ในท้องถิ่นให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติและปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอ บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
2. ทำให้ทราบแนวโน้มของผู้บริโภคที่จะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอนาคตซึ่ง จะช่วยให้สามารถปรับทิศทางในการดำเนินงานและปรับปรุงร้านให้ดีขึ้นต่อไป

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และเป็นผู้ที่ใช้บริการร้านค้าปลีก

ร้านค้าปลีก หมายถึง ร้านค้าที่มีลักษณะเป็นร้านค้าห้องแถว พื้นที่ร้านค้าน้อย ขยายของสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิต ไม่มีการตกแต่งหน้าร้านหรือจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ การบริหารงานแบบง่าย ๆ ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอน ไม่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ รวมถึงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีการปรับตัวบ้างแล้ว เช่น ตกแต่งหน้าร้านหรือจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ

ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง ร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากร้านค้าปลีกแบบเก่าเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทพลาสติกฟูด เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท