

บทที่ 4

ผลการศึกษารัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

การศึกษาเรื่องปัญหา และวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคำปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 20 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีของรัฐกิจคำปลีกสมัยใหม่เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
- 4.2 การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกและภายในของรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.3 ผลกระทบจากการดำเนินงานของรัฐกิจคำปลีกสมัยใหม่ต่อรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.4 สรุปปัญหาการดำเนินงานของรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.5 การปรับตัวของรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.6 อนาคตของรัฐกิจคำปลีกแบบดั้งเดิม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนสถานะของผู้ให้สัมภาษณ์

สถานะของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
เจ้าของกิจการ	20
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งได้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าเป็นร้านค้าที่ขนาดไม่ใหญ่โต จึงไม่จ้างพนักงานขาย จะขายด้วยตนเองทั้งสิ้น

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับการศึกษา	จำนวน
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14
ปริญญาตรี	6
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการส่วนใหญ่แล้วมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่ามีระดับปริญญาตรีที่เป็นเจ้าของกิจการเพียง 6 ราย เท่านั้นจากทั้งหมด 20 ราย

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์

ประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีก	จำนวน
5-10 ปี	6
11-20 ปี	8
มากกว่า 20 ปี	6
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ร้านค้าที่มีอายุในการทำธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มากที่สุดจะอยู่ที่ 11 - 20 ปี มีจำนวน 8 ราย จากจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย ส่วนที่เพิ่งดำเนินการอยู่ระหว่าง 5 - 10 ปี มีสัดส่วนที่เท่ากับดำเนินการมากกว่า 20 ปี มีจำนวน 6 ราย เท่าๆ กัน

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนขนาดของร้านค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์

ขนาดของร้านค้าปลีก	จำนวน
1 คูหา	16
2 คูหา	4
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีร้านค้าประเภทร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นห้องแถวเดี่ยว จำนวน 16 ราย จากจำนวนที่สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 20 ราย

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนชื่อร้านของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อร้านค้าปลีก	จำนวน
มีชื่อร้าน	19
ไม่มีชื่อร้าน	1
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเกือบทั้งหมดมีถึง 19 ราย มีชื่อร้านของตนเอง ส่วนอีก 1 ราย ไม่มีชื่อ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนลักษณะที่ทำการปรับปรุงร้านค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์

ลักษณะที่ทำการปรับปรุง	จำนวน
ตู้ไอศกรีม	12
เครื่องคิดเงิน	10
เครื่องปรับอากาศ	2
เพิ่มการขายหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร น้ำดื่ม น้ำแข็ง	4
รวม	20

จากการสัมภาษณ์พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เริ่มให้ความสำคัญในการดึงดูดลูกค้า ในเรื่องของการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้ามากขึ้น เช่น มีการเพิ่มตู้ไอศกรีม เพิ่มสินค้า เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ น้ำดื่ม น้ำแข็ง เป็นต้น รวมถึงสนใจและให้ความสำคัญต่อระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ เนื่องจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการมีความเห็นเหมือนกันคือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการค้า แต่บางร้านมีข้อจำกัดในเรื่องของเงินทุน ซึ่งปัจจุบันจะมีการนำเครื่องคิดเลขมาใช้ในธุรกิจถึง 10 ราย จากจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะแวดล้อมภายนอกของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

คำถามที่ 1 ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาร้านค้าของท่านได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่อย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้ให้สัมภาษณ์

ประเภท	มีผลกระทบ (จำนวนราย)	ไม่มีผลกระทบ (จำนวนราย)
ซูเปอร์เซ็นเตอร์	14	6
ร้านสะดวกซื้อ	18	2
ร้านมินิมาร์ท	10	10

ตารางที่ 4.7 จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมล้วนได้รับผลกระทบจากธุรกิจสมัยใหม่ทั้งสิ้นเพียงแต่กระทบมากหรือกระทบน้อย ในส่วนของประเภทธุรกิจสมัยใหม่เท่านั้น จากตารางพบว่า ผลกระทบที่เกิดจากร้านสะดวกซื้อมีผลต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากที่สุด ซึ่งมีผลกระทบจำนวน 18 ราย ไม่เกิดผลกระทบเพียง 2 ราย รองลงมาเป็นซูเปอร์เซ็นเตอร์ ที่มีผลกระทบคือ 14 ราย และไม่เกิดผลกระทบจำนวน 6 ราย ส่วนร้านมินิมาร์ทจากการสัมภาษณ์พบว่า ครั้งหนึ่งมีความเห็นว่าจะไม่กระทบ เนื่องจากขายสินค้าคล้ายๆ กัน ราคาใกล้เคียงกัน บริการต่างๆ ไม่แตกต่างกัน และเวลาการบริการก็ใกล้เคียงกัน

คำถามที่ 2 ท่านคิดว่าคู่แข่งรายใหม่มีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกอย่างไรบ้าง และส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานธุรกิจของท่านในด้านใดบ้าง เพราะอะไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า จำนวน 19 ราย จากผู้ถูกสัมภาษณ์ 20 ราย มีแนวความคิดที่คล้ายกันว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้เปรียบการเข้าสู่ธุรกิจการค้าปลีก เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนมาก มีอำนาจการต่อรองกับผู้ผลิตสูง สามารถได้ส่วนลดที่มากกว่า จึงทำให้สินค้าที่ขายให้กับลูกค้ามีราคาที่ถูกกว่า รวมถึงชนิด และตัวสินค้าใหม่กว่า มีของแถม มีรายการส่งเสริมการขายด้วย ส่วนอีก 1 รายที่มีความคิดเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ ไม่ทำให้ร้านตัวเองเสียเปรียบ เนื่องจากร้านมีลูกค้าประจำ จำนวนมาก และสินค้าบางอย่างธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ไม่มีขาย

คำถามที่ 3 ท่านคิดว่าลูกค้ามีอำนาจต่อรองมากน้อยเพียงไร และเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่เป็นร้าน ค้าปลีกสมัยใหม่

จากการสัมภาษณ์พบว่า ลูกค้ามีอำนาจต่อรองกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 13 ราย และมีอำนาจการต่อรองน้อย มีจำนวน 7 ราย

- เนื่องจาก สามารถคืนสินค้าได้ ส่งสินค้าทางโทรศัพท์บริการส่งถึงบ้าน มีความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่เปิดขึ้นใกล้เคียงทำให้เกิดการดึงลูกค้า

- ลูกค้ามีอำนาจต่อรองน้อย เนื่องจากร้านได้ให้บริการตัวเอง บรรจุกีบห่อให้เสร็จถ้าซื้อมากส่งสินค้าถึงบ้าน และราคาไม่แตกต่างจากร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่

คำถามที่ 4 ท่านคิดว่าร้านค้าของท่านมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้า มากน้อยเพียงไรเปรียบเทียบกับคู่แข่งเป็นอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถต่อรองกับพ่อค้าส่ง ซัพพลายเออร์ ฯลฯ เป็นจำนวนถึง 16 ราย มีจำนวนเพียง 4 รายเท่านั้นที่สามารถต่อรองได้ที่ไม่สามารถต่อรองได้เนื่องจาก มีร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่เพิ่มมากขึ้น ลูกค้าไปใช้บริการกับร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่มากขึ้น พ่อค้าส่งจึงให้ความสำคัญกับร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่มากกว่า และอีกประการหนึ่งคือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่งสินค้าปริมาณที่น้อย จึงต่อรองได้ลำบาก ส่วนอีก 4 รายที่สามารถต่อรองได้ เนื่องจากจ่ายสินค้าที่ซื้อเป็นเงินสด จึงได้ส่วนลด และรู้จักกันเพราะค้าขายกันมานาน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะแวดล้อมภายในของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

1. การตลาด

คำถามที่ 1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่านคือใครมีลักษณะอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่แล้วเป็นขาประจำอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงร้าน มีจำนวน 13 ราย นอกจากนั้นเป็นคนทั่วไปและชาวกรจำนวน 7 ราย

คำถามที่ 2 ท่านมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้ารวมทั้งนโยบายการให้ส่วนลดการให้สินเชื่ออย่างไรบ้าง มีหรือแตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่เพราะอะไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ใช้วิธีการบวกเพิ่มเปอร์เซ็นต์ จากค่าขนส่งตามระยะทางหรือขายตามราคา ตามผลากของผู้ผลิต ส่วนใหญ่ไม่ให้สินเชื่อแต่ซื้อมากได้ส่วนลด

คำถามที่ 3 สินค้าและบริการที่ท่านส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้แก่อะไรบ้าง อะไรที่เป็นจุดเด่นที่สร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้า และอะไรที่เป็นจุดอ่อนที่ไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ ทั้งนี้ท่านมีแผนในการปรับปรุงเสริมจุดแข็งและแก้ไขจุดอ่อนอย่างไรให้เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

จากการสัมภาษณ์พบว่า จุดเด่น รวดเร็ว มีสินค้าหลากหลาย ราคาไม่สูง ส่งมอบสินค้าด้วยตัวเอง สินค้าบางชนิดต้องบรรจุหีบห่อ สร้างความพึงพอใจ เป็นกันเอง สุภาพ บริการดี จุดด้อย ไม่มีที่จอดรถ สินค้าขาดตลาด ไม่ได้รับมาขายสินค้ามีไม่มากพอ

คำถามที่ 4 ท่านใช้วิธีการส่งเสริมการขายรูปแบบอะไร (อุปถัมภ์การสาธิตสินค้าหน้าร้าน การสมัครสมาชิก การขายตรง ลดราคา เปลี่ยนสินค้า บริการส่งสินค้าทางโทรศัพท์ หรือ บริการส่งสินค้าถึงบ้าน)

จากการสัมภาษณ์พบว่า วิธีการส่งเสริมการขายใช้การคิดป้ายโฆษณา การสาธิตวิธี การใช้ของสินค้าบางชนิด แนะนำสินค้าตัวใหม่ๆ ที่เพิ่งเข้ามามีรายการลดราคา เมื่อซื้อสินค้าได้ตามกำหนด และการบริการส่งสินค้าถึงบ้าน มีจำนวนร้านค้าใช้วิธีส่งเสริมการค้าถึง 19 ราย มีเพียงรายเดียวที่ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย

คำถามที่ 5 ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งร้านค้าของท่านมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบอย่างไรบ้างเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และถ้ามีข้อเสียเปรียบท่านวางแผนแก้ไขอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีทำเลที่ได้เปรียบคู่แข่งจำนวน 14 ราย และมีทำเลที่ไม่เหมาะสม 6 ราย

ทำเลที่เหมาะสมได้แก่ ดิถนนวนใหญ่ มีที่จอดรถหน้าร้าน และเปิดบริการค้าขายเป็นระยะเวลานานมาแล้ว

ทำเลที่ไม่เหมาะสม คือ ร้านจะไม่ดิถนนวนใหญ่อยู่ในซอยแคบ รถจอดไม่ได้ คับแคบ จัดวางสินค้าแน่นเกินไป

คำถามที่ 6 ท่านมีหลักการตกแต่งร้านค้าและการจัดวางสินค้าอย่างไรปัจจุบันท่านมีแผนการปรับปรุงรูปแบบร้านให้เหมือนร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือไม่ เพราะอะไร ถ้ามีท่านประมาณการค่าใช้จ่ายไว้เท่าไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทั้ง 20 ร้านที่สัมภาษณ์มีการปรับปรุง ตกแต่งหน้าร้าน จัดทำชั้นวางของ 4 ร้าน มีการติดกระจกใสเพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน ส่วนใหญ่แล้วตกแต่งร้านค้าคล้ายคลึงกัน โดยแยกประเภทการใช้ประโยชน์ถ้าคล้ายกันจัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน

ส่วนแผนการปรับปรุงร้าน มีแนวคิดที่จะปรับปรุงจำนวน 2 ราย อีก 18 รายให้
 ความเห็นว่ายังไม่มีทุนเนื่องจากจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากในการปรับปรุง

**2. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ (เช่น เครื่องคิดเงิน
 คอมพิวเตอร์ระบบบาร์โค้ด ตู้แช่เย็น) สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร
 จากการสัมภาษณ์พบว่า**

มีความเห็นเหมือนกันทั้ง 20 ราย คือ การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้กับการค้า เช่น
 เครื่องคิดเงิน คอมพิวเตอร์ หรือ บาร์โค้ด แต่จากการตรวจสอบพบว่ามีเพียง 10 ราย ซึ่งมีแนวคิด
 เดียวกันว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ทำให้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

3. ด้านการเงิน

คำถามที่ 1 ท่านมีวิธีการจัดการด้านการเงินและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์พบว่า ส่วนใหญ่จากการสัมภาษณ์มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ ไม่มี
 นโยบายให้สินเชื่อจำนวน 18 ราย และให้สินเชื่อจำนวน 2 ราย ร้านค้าส่วนใหญ่ทำบัญชี
 รายรับรายจ่าย สั่งสินค้าใกล้ ๆ หมดยังพนักงานขายมีเงินสำรองไว้เวลาซื้อสินค้าเพิ่มโดยซื้อสินค้า
 ด้วยตัวเอง สั่งสินค้าที่ได้ส่วนลด ขอเงื่อนไขการจ่ายเงิน ไม่กักตุนสินค้ามาก

**คำถามที่ 2 ท่านมีแผนการลงทุนเพิ่มเติมในอนาคตหรือไม่ถ้ามีจะลงทุนในด้านใด และท่านมีแผนการจัด
 หาเงินลงทุนอย่างไร**

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในอนาคตของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ไม่มีการวางแผน
 อนาคตถึง 18 ราย โดยมีแผนที่จะขยายเพิ่มเติมเพียง 2 ราย

**คำถามที่ 3 ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ก่อให้เกิดปัญหาหากมีผลกระทบในด้านการเงินหรือไม่ เพราะอะไร
 ถ้ามีท่านได้วางแผนการแก้ไขปัญหาอย่างไร**

จากการสัมภาษณ์พบว่า ภาวะเศรษฐกิจทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีผลกระทบ
 ด้านการเงินมีจำนวน 18 ราย และไม่กระทบ 2 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากยอดขายลดลง
 ขายสินค้าได้น้อยลงสินค้าแพงขึ้น ไม่สามารถกักตุนสินค้าได้ปริมาณมากๆ ซึ่งร้านค้าปลีก
 แบบดั้งเดิมให้ความเห็นในการแก้ไข ส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน คือ สั่งสินค้าตามทีลูกค้าต้องการ

ซื้อสินค้าที่ไม่แพงนัก โดยซื้อสินค้าขนาดเล็กถึงขนาดกลาง สั่งสินค้าพอเหมาะไม่ให้มีสินค้าคงคลังมาก และขายสินค้าด้วยตัวเองไม่จ้างพนักงาน

คำถามที่ 4 ท่านมีหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อสินค้าอย่างไร (เวลา ปริมาณ ประเภทสินค้า คุณภาพ ราคา ส่วนลด เงื่อนไขการชำระเงิน และผู้จัดจำหน่าย)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ถ้าจัดเรียงความสำคัญของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการตัดสินใจ ซื้อสินค้าแต่ละชนิดคำนึงถึง เงื่อนไขการชำระเงินมากที่สุด รองลงมาส่วนลด ราคา ปริมาณของสินค้า ระยะเวลา การส่งของ คุณภาพ ประเภทสินค้า และผู้จัดจำหน่ายตามลำดับ โดยจะซื้อสินค้าเมื่อสินค้าใกล้จะหมดเงื่อนไขการจ่ายเงิน ซื้อสินค้าด้วยตัวเอง ราคาต้องไม่แพงกว่าร้านสะดวกซื้อ สินค้าต้องเก็บไว้ได้นาน ได้ส่วนลด การส่งสินค้าที่รวดเร็ว การบรรจุหีบห่อ ต้นทุนสินค้าต่ำ เป็นต้น

คำถามที่ 5 ท่านซื้อสินค้ามาจำหน่ายจากแหล่งใดบ้างท่านมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อการสั่งซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมนิยมซื้อสินค้าจากห้างแม็คโคร โลตัส มากที่สุด รองลงมาคือร้านขายส่งและเซลล์แมนมาส่งที่ร้าน ตามลำดับ และไม่มีมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4. การจัดการ

คำถามที่ 1 ท่านมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าและชุมชนหรือไม่ เพราะอะไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่แล้วมีความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าและชุมชนเป็นเวลานานมาแล้ว จำนวน 17 ราย จากการสัมภาษณ์ 20 ราย มีความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าและชุมชน เพื่อสร้างความคุ้นเคยเป็นกันเองในชุมชน ฟังพาอาศัยกันและสอบถามราคาขายสินค้าซึ่งกันและกัน มีเพียง 3 ราย เท่านั้นที่ไม่สร้างความสัมพันธ์ เนื่องจากเพิ่งย้ายมาใหม่และความคิดส่วนตัวที่ไม่ชอบยุ่งเกี่ยวกับผู้คน

คำถามที่ 2 ในจังหวัดนครปฐมมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกหรือไม่

จากการสัมภาษณ์พบว่า มีการรวมกลุ่ม เช่น ตลาด อดก. 3

- ถ้ามี ท่านเป็นสมาชิกหรือไม่ และการรวมกลุ่มให้ประโยชน์อย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ไม่เป็นสมาชิกทั้ง 20 ราย

- ถ้าไม่มี ท่านคิดที่จะจัดตั้งหรือไม่อย่างไร
- จากการสัมภาษณ์พบว่า ไม่จัดตั้งทั้ง 20 ราย

คำถามที่ 3 ในภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำมีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงท่านคิดว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรจะต้องมีคุณสมบัติอย่างไรจึงจะสามารถบริหารให้ธุรกิจอยู่รอด

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้ความเห็นที่สอดคล้องกันทั้ง 20 ราย ดังนี้ คือ ขายสินค้าไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ไม่ขึ้นราคาสินค้าสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า สินค้าต้องมีคุณภาพ ติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด ไม่ลงทุนมากนักในสถานะนี้ให้ความรู้ในตัวสินค้าบางชนิดกับลูกค้า ต้องมีประสบการณ์ทางการขาย กล้าตัดสินใจ จัดหาสินค้าที่มีของแถม สินค้าเกินราคา

ตอนที่ 4 แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอนาคต

คำถามที่ 1 ท่านคิดว่าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ให้ความคิดเห็นว่าจะขายสินค้าได้ลดน้อยลงจำนวน 16 ราย จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 20 ราย และ 2 ราย คิดว่าการค้าขายคงไปได้เรื่อยๆ มีเพียง 2 รายอาจต้องเลิกกิจการ

คำถามที่ 2 ในอนาคตต้องปรับตัวอย่างไรธุรกิจจึงจะอยู่รอดและสามารถแข่งขันได้

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทั้ง 20 ราย ให้ความคิดเห็นในการปรับตัวของธุรกิจเพื่อความอยู่รอด คือ ลดราคาสินค้าบ้าง ปรับปรุงให้ทันสมัยมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำสินค้าพื้นบ้านมาขาย ตัดป้ายราคาให้ชัดเจน หาสินค้าต้นทุนต่ำ

คำถามที่ 3 ท่านตั้งเป้าหมายอนาคตของธุรกิจท่านอย่างไร

จากการสัมภาษณ์พบว่า เป้าหมายอนาคตของการประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้น จากการสัมภาษณ์สามารถแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

- กลุ่มที่ยังคงค้าขายอยู่ในลักษณะค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพียงแต่ขยายร้าน ตั้งเป้าหมายตกแต่งหน้าร้าน ชูรางวัลสินค้า ปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในการแข่งขันจัดหาสินค้าใหม่ๆ มาสาธิต ฯลฯ จำนวนทั้งสิ้น 12 ราย
- กลุ่มที่ไม่ต้องตั้งเป้าอะไรเลย และมีแนวโน้มจะปิดกิจการ จำนวน 4 ราย

- กลุ่มที่มีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจให้ใหญ่ขึ้นเป็นร้านค้าส่งรายใหญ่ จำนวน 4 ราย

สรุปธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 20 ราย โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเจ้าของกิจการ 20 ราย ประวัติการศึกษามีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 14 ราย ระดับปริญญาตรี 6 ราย ประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีก 6-10 ปี จำนวน 9 ราย 11-20 ปี จำนวน 6 รายและมากกว่า 20 ปี จำนวน 5 ราย ร้านค้ามีขนาด 1 คูหา จำนวน 16 ราย ขนาด 2 คูหา จำนวน 4 ราย มีป้ายแสดงชื่อร้านค้า จำนวน 19 ร้านและไม่มีป้ายแสดงชื่อร้านค้า จำนวน 1 ร้าน

ลักษณะการตกแต่งหน้าร้านเรียบง่าย ชั้นวางสินค้าเน้นประโยชน์การใช้สอยและความคงทนมากกว่าความสวยงาม ผู้โซ่วสินค้าจะเป็นของเดิมที่ใช้อยู่และผู้โซ่วสินค้าของผู้ผลิตสินค้า (Supplier) การจัดวางสินค้าตามความสะดวกและความเคยชินของผู้ประกอบการ ลูกค้านำไม่สามารถเลือกสินค้าได้ ผู้ประกอบการเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้า มีตู้แช่เครื่องดื่มแบบเก่า จำนวน 5 ราย

สินค้าที่จำหน่ายมีทั้งของใช้ในชีวิตประจำวัน อาหารเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว บุหรี่ สุรา อุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ สมุด หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ น้ำดื่ม น้ำแข็ง ในกลุ่มที่ปรับตัวแล้วมีร้านค้าอยู่ 3 ร้าน ที่ทำการขายปลีกและขายส่งด้วย

ผู้ประกอบการได้ทำการปรับปรุงร้าน ลักษณะที่ทำการปรับปรุงร้าน ได้แก่ เปลี่ยนชั้นวางสินค้าใหม่ 20 ร้าน ปรับปรุงการจัดวางสินค้า 20 ร้าน ลูกค้าสามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้เอง 4 ร้านเพิ่มตู้เย็นแช่อาหารและเครื่องดื่ม 16 ร้าน เปลี่ยนตู้เย็นแช่อาหารและเครื่องดื่มให้มีขนาดใหญ่ขึ้น 4 ร้าน มีตู้ไอศกรีม 12 ร้าน เครื่องคิดเงิน 10 ร้าน เครื่องปรับอากาศ 2 ร้าน เพิ่มการขายหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ น้ำดื่ม น้ำแข็ง 4 ราย

4.2 วิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

วิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายนอกของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้ทราบโอกาสและข้อจำกัดของธุรกิจ

1. สถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังไม่สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำได้ ด้วยว่ามีปัจจัยต่างๆ ส่งผลกระทบต่อมากมาย เช่น เศรษฐกิจโลกยังไม่ฟื้นตัว เศรษฐกิจยุโรปและญี่ปุ่นมีแนวโน้มตกต่ำ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่ม สินค้าราคาแพงขึ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดลง ปัญหาการว่างงานมีความรุนแรงขึ้น กำลังซื้อโดยรวมลดลง ในขณะที่ผู้บริโภคทุกคนมีความจำเป็นต้องใช้สินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ทำให้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้มีโอกาสในการขายเพราะสินค้าขนาดเล็กและกลางที่มีราคาถูกขายดี แต่มีข้อจำกัดจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นกันเพราะกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และร้านค้ามีเงินทุนน้อยไม่กล้าเสี่ยงลงทุนซื้อสินค้าปริมาณมากและไม่สามารถหาสินค้าราคาถูกคุณภาพปานกลางมาจำหน่าย ทำให้ทุกร้านค้ายอดขายลดลงร้อยละ 10 ถึง 30 แต่ทุกร้านค้าคิดว่าสาเหตุที่ทำให้มียอดขายลดลงมากถึงร้อยละ 50 เกิดจากการขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น บิ๊กซี

2. สถานะแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย

จากสถานะที่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีการแก้ไขกฎหมายธุรกิจค้าปลีกในปี 2542 เพื่อต้องการให้มีเงินลงทุนมาจากต่างชาติ เข้ามาในภาวะที่ประเทศประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยกำหนดให้ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถถือหุ้นได้เกิน 49 เปอร์เซ็นต์ ยกเว้นธุรกิจค้าปลีกที่มีเงินลงทุนไม่เกิน 100 ล้านบาท แต่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท กฎหมายฉบับนี้จึงไม่สามารถคุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ยังไม่พร้อมในการแข่งขันกับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต่างชาติได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต่างชาติเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งต่างก็มีเงินทุนสูง มีประสบการณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสามารถขยายสาขาอย่างรวดเร็วในแหล่งชุมชนต่างๆ และดำเนินกลยุทธ์หลายรูปแบบ เช่น การแข่งขันด้านสินค้าราคาต่ำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเปิดให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด จึงทำให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด จึงทำให้ภาวการณ์แข่งขันทวีความรุนแรง ในขณะที่มาตรการช่วยเหลือจากรัฐบาลล่าช้าทั้งมาตรการระยะสั้นและระยะยาว เช่น การยกเว้นกฎหมายใหม่และการศึกษากฎหมายเดิมเพื่อมาบังคับใช้ก็ยังไม่เสร็จ การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าใช้เวลา 3-5 ปี การจัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ การเปิดเสรีทางการค้าจึงทำให้ไม่สามารถออกกฎหมายที่เกิด ที่กีดกันทางการค้าใดในส่วนของการจัดเก็บ

ภาษีปลีกแบบดั้งเดิม ถูกประเมินภาษีในอัตราที่เพิ่มขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าภาวะแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายเป็นข้อจำกัดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

3. ภาวะแวดล้อมทางสังคม

พฤติกรรม ค่านิยม วิถีชีวิตและทัศนคติของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยจะใช้บริการร้านค้าปลีกเพื่อความบันเทิงมากกว่าการจัดการซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไป ฉลาดซื้อมากขึ้น อ่านฉลาดมากขึ้น ไม่ยึดติดสินค้าที่มีตรา ยี่ห้อ แต่ซื้อที่คุณภาพและความคุ้มค่าของราคาสินค้ามากกว่า จะเปรียบเทียบสินค้าแต่ละรายการก่อนจะตัดสินใจซื้อ รวมทั้งการซื้อปริมาณมากๆ เพื่อที่จะได้ราคาถูก ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าหลังเลิกงาน หรือวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ ซึ่งเป็นวันสำหรับครอบครัวในการพักผ่อน โดยสามารถไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ๆ ได้ทุกคน เพราะมีสินค้าและบริการไว้อย่างครบถ้วน บรรยากาศดี มีเครื่องปรับอากาศทำให้เย็นสบาย สถานที่กว้างขวาง สวยงาม เดินดูสินค้าได้ตามสบาย ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย และมีความบันเทิงต่างๆ เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์วีดีโอเกมส์

ซึ่งร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถตอบสนองพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้เลย ผู้บริโภคไม่สามารถเดินดูสินค้าก่อนซื้อ สถานที่คับแคบ เก่า ไม่ทันสมัย ถึงแม้บางร้านได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านให้ทันสมัย สวยงาม ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง แต่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความบันเทิงต่างๆ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าเมื่อมีความจำเป็นซื้อสินค้าขนาดเล็กหรือกลาง ซื้อปริมาณน้อยและรอคอยที่จะไปใช้บริการเมื่อมีรายการส่งเสริมการขายของบิ๊กซี ดังนั้นภาวะแวดล้อมทางสังคมจึงเป็นข้อกำหนดในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4. ภาวะแวดล้อมทางเทคโนโลยี

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 10 ร้าน ไม่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพราะคิดว่าเป็นกิจการขนาดเล็กจึงไม่มีความจำเป็น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มต้นทุนการดำเนินงาน สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและผู้ประกอบการไม่มีความชำนาญในการใช้งาน มีเพียงแค่เครื่องคิดเลขก็สามารถช่วยงานได้แต่ทำให้ร้านไม่ทันสมัย จึงเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ

สำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 10 ร้าน ได้นำเทคโนโลยีแบบง่ายๆ มาใช้ในการดำเนินงาน เช่น เครื่องคิดเงินอัตโนมัติ ตู้เย็นแช่สินค้าและเครื่องดื่ม ตู้ไอศกรีม เครื่องปรับอากาศ ทำให้รูปลักษณ์ของร้านค้ามีความทันสมัย สวยงาม สะดวกมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของ

การบริการใหม่ๆ มีการประหยัด เนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าปริมาณมากทำให้ได้รับส่วนลดทางการค้า และการส่งเสริมการขายจากผู้จำหน่ายสินค้า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีข้อได้เปรียบมาก และสามารถเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกได้ง่าย ในปัจจุบันนี้เริ่มมีกระแสต่อต้านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของชาวต่างชาติมากขึ้น เพราะว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต้องเลิกกิจการ อย่างไรก็ตามร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถป้องกันตนเองได้จากการมีลูกค้าประจำ มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า มีความเป็นกันเองและซื่อสัตย์ มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกมานาน

7. สินค้าทดแทน

เนื่องจากสินค้าอุปโภค บริโภค เป็นสินค้าที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าจึงสามารถทดแทนกันได้ สำหรับธุรกิจค้าปลีกแล้วจะเป็นลักษณะของการทดแทนกันระหว่างผู้ประกอบการร้านค้า หรือธุรกิจค้าปลีกรูปแบบต่างๆ มากกว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถถูกทดแทนด้วยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น บิ๊กซี) เพราะได้เปลี่ยนในเรื่องราคาสินค้าที่ถูกกว่า สินค้าหลากหลายมากกว่า มีบริการครบวงจร สิ่งอำนวยความสะดวกมากมายและผู้บริโภคมีพฤติกรรมและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ร้านเอเอ็มพีเอ็ม) ซึ่งเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สะดวกกับผู้บริโภคในกรณีต้องการสินค้าเร่งด่วน สินค้าประเภทอาหารมีความหลากหลายและแตกต่างจากร้านอื่น บริการเสริม เช่น สินค้าแถมซื้อ บริการปรุงอาหาร ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มเด็กและวัยรุ่นนิยมใช้บริการมาก นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งมักจะกระจายทั่วถึงแหล่งชุมชน ผู้บริโภคจดจำชื่อร้าน และตราสัญลักษณ์ของร้านได้แม่นยำ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีข้อได้เปรียบมากกว่า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดเนื่องจากจำหน่ายสินค้าราคาสูงกว่า สินค้าไม่หลากหลาย บริการไม่ครบวงจร ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้บริโภคจึงเปลี่ยนไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ง่าย ในการเปลี่ยนตัว (Switching Cost ต่ำ) นอกจากนี้ร้านค้าจะปิดบริการเวลา 20.00 – 22.00 น. ชื่อของร้านค้าไม่เป็นที่รู้จัก แต่สิ่งทีร้านค้าสมัยใหม่ไม่สามารถทดแทนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ คือ ความเป็นกันเอง ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความสัมพันธ์ที่ดี มีการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง การให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ สินค้าสามารถแบ่งขายได้ เป็นต้น

8. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีอำนาจต่อรองกับผู้บริโภคน้อยเนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นคนในละแวกใกล้เคียงร้านและเป็นลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งไม่มาก ส่วนใหญ่เป็นการซื้อแบบฉุกเฉินหรือมีความจำเป็นต้องใช้ในเวลาสั้น ลูกค้าทราบข้อมูลด้านราคา ร้านค้ามีจำนวนมาก ผู้บริโภคมีทางเลือกมาก จึงสามารถเปลี่ยนไปใช้

บริการที่ร้านค้ารูปแบบใดก็ได้ตามความพอใจ โดยไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยนบริการ (Switching Cost) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ภาวะการแข่งขันรุนแรงขึ้น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ คอยกระตุ้นผู้บริโภคและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเองก็ไม่ปรับบริการหรือภาพลักษณ์ให้ทันสมัย ซึ่งผลกระทบที่ได้รับคือยอดขายลดลง โดยเฉพาะในช่วงสิ้นเดือนยอดขายลดลงมาก เพราะลูกค้าไปใช้บริการบิกซี อย่างไรก็ตามร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีอำนาจการต่อรองกับลูกค้าประจำบางรายมาก เพราะผู้ประกอบการให้บริการที่ดีเป็นกันเอง และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

9. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายสินค้าน้อย เพราะยอดสั่งซื้อน้อยเนื่องจากยอดขายลดลง ถึงแม้ว่าทางร้านจะมีการชำระเงินที่ตรงตามกำหนด มีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานขายซื้อขายกันมานานก็ตามแต่บางบริษัทพนักงานไม่สนใจที่จะขายสินค้า เพราะส่วนใหญ่มีปริมาณการสั่งซื้อน้อย จึงไม่ได้ส่วนลดหรือแถม รวมทั้งการจัดรายการส่งเสริมการขาย ในขณะที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีปริมาณการสั่งซื้อมาก ทำให้มีส่วนลด แถมและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ ส่งผลให้ลูกค้าไม่ใช้บริการมาก แต่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีอำนาจต่อรองกับร้านค้าส่งภายในจังหวัดมาก เพราะมีร้านค้าส่งหลายร้านทำให้ต้องแข่งขันเรื่องราคา

4.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

เพื่อให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจในการตลาด การเงิน การจัดซื้อและการบริหารคลังสินค้า การบริหารทรัพยากรบุคคล การวิจัยและพัฒนา และการจัดการ ดังนี้

1. ด้านการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำที่อยู่ในละแวกเดียวกัน มีความใกล้ชิด มีความพยายามหาสินค้ามาตอบสนองให้ตรงกับความต้องการ ลูกค้าประจำที่ซื้อขายกันมานานจะมีความภักดีต่อร้าน

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกับบิกซี และร้านค้าสะดวกซื้อต่างๆ ไป ประกอบกับทัศนคติ พฤติกรรมและค่านิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก ชอบความสะดวกสบาย บริการครบวงจร มีความเชื่อว่าสินค้าของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีคุณภาพดี สินค้าใหม่และราคาถูกกว่า จึงทำให้ผู้บริโภคไปใช้

บริการกันมากขึ้น โดยเฉพาะหนุ่มสาวหรือเด็กจะไม่มี ความรักติดต่อร้านค้า สามารถไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ ถ้ามีความจำเป็นก็มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

สินค้าและบริการ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ การบริการที่ดี ผู้ประกอบการมีความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความซื่อสัตย์จริงใจ มีบริการส่งสินค้า บริการขายเชื่อ สินค้าบางรายการสามารถแบ่งย่อยได้ เช่น บุหรี่เป็นมวน ซุปไก่เป็นขวด น้ำตาล ข้าวสาร ผ้าเย็บชนิดของละ 1 บาท

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ สินค้าไม่หลากหลาย บริการไม่ครบวงจร เดินเลือกซื้อเองไม่ได้ ร้านเก่าไม่ทันสมัย ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก ไม่สามารถเปิดบริการถึงเที่ยงคืนได้ ร้านมีวันหยุดบ้าง เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน

ราคา

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ สินค้าขนาดเล็กและขนาดกลางจะมีราคาถูกในสายตาของลูกค้า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ไม่สามารถใช้กลยุทธ์สินค้านำราคาต่ำได้ เพราะมีต้นทุนสินค้าสูง (จากการซื้อปริมาณน้อย)

ทำเลที่ตั้งและการตกแต่งร้านค้า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ เปิดดำเนินการมานาน ทำให้ครอบครองทำเลที่ดี ใกล้แหล่งชุมชน หอพัก โรงเรียน สถานที่ราชการ สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง มีที่จอดรถสะดวก บางร้านค้าจะให้ ลูกค้าเดินเลือกสินค้าได้เอง และจัดสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ การตกแต่งร้านไม่ทันสมัย คับแคบ การจัดวางสินค้าตามความสะดวกและความเคยชิน บางร้านค้าลูกค้าไม่สามารถเดินเลือกสินค้าได้เอง

การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการจะเป็นพนักงานขาย ซึ่งจะให้บริการดี เอาใจใส่ดี ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า จดจำลูกค้าได้แม่นยำ ตัดสินใจได้ทันทีเวลามีปัญหา

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดการรู้จักและไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

การวิจัยการตลาดและการเก็บข้อมูลลูกค้า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ มีประสบการณ์ในการดำเนินงานมาหลายปี สามารถนำมาวางแผนการดำเนินงานได้ ข้อมูลลูกค้าใช้วิธีการจดจำ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างมีระบบ ใช้การติดตามข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งตีพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การพูดแลกเปลี่ยนความคิดในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน รวมทั้งการรับรู้ข่าวสารจากพนักงานขายของบริษัทผู้จำหน่ายสินค้า

2. ด้านการเงิน

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีเงินทุนน้อย จึงมีความรอบคอบระมัดระวังในการใช้จ่ายมากกว่าปกติ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เงินทุนน้อยกว่า ไม่สามารถจัดหาสินค้าให้หลากหลาย มีราคาถูก และคุณภาพดีมาจำหน่ายได้ ไม่สามารถขยายร้านค้า หรือปรับปรุงร้าน ไม่กล้าเสี่ยงลงทุนและต้องควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ

3. ด้านการจัดซื้อและการบริหารคลังสินค้า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็งคือ เป็นร้านขนาดเล็ก ไม่มีสาขา มีสินค้าไม่กี่รายการ ไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีช่วยในการบริหารคลังสินค้า เพราะสินค้าน้อย ในการจัดซื้อจะซื้อสินค้าจากพนักงานของบริษัท หน่วยรถและส่งสินค้าส่งในท้องถิ่น โดยจัดซื้อในปริมาณน้อยแต่ซื้อบ่อยครั้ง ทำให้ลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าได้ จัดซื้อเมื่อสินค้าใกล้หมดทำให้มีสินค้าใหม่ ทันสมัย

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ เกิดปัญหาสินค้าหมด ไม่มีจำหน่ายต้นทุนสินค้าสูง ราคาขายสูง ผู้ประกอบการใช้ประสบการณ์ในการจดจำสินค้าและพิจารณาสั่งซื้อ ทำให้เกิดความผิดพลาดในการสั่งซื้อ

4. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้บริหารและพนักงานขาย มีจุดแข็งคือผู้ประกอบการให้การบริการที่ดี มีความเป็นกันเอง ใกล้ชิดลูกค้า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีจุดอ่อน คือ บุคลากรมีน้อย ผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแลทุกอย่าง ทำให้การดูแลความเรียบร้อยภายในร้านไม่มีประสิทธิภาพ

5. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการวิจัยและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้าและข้อมูลการตลาด ผู้ประกอบการใช้วิธีการจดจำลูกค้าและความต้องการของลูกค้า แต่ผู้ประกอบการได้มีการศึกษาผลงานใหม่ๆ และศึกษาคู่แข่งชั้นการติดตามข่าวสารสม่ำเสมอ เพื่อนำมาปรับปรุงให้แก่ธุรกิจตามความเหมาะสม

6. ด้านการจัดการ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้บริการตัดสินใจด้วยตัวเองซึ่งสะดวกและรวดเร็ว

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดนนทบุรี มีจุดอ่อน คือ ประสบการณ์ในอดีตเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการปัจจุบันต้องมีความรู้และความเข้าใจในสถานการณ์ธุรกิจค้าปลีก คู่แข่งชั้น และการดำเนินกลยุทธ์รูปแบบใหม่ รวมทั้งต้องมีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง การศึกษาหาความรู้การเข้าอบรมจากผู้เชี่ยวชาญเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีศักยภาพเพิ่มขึ้นจนสามารถแข่งขันได้

4.3 ผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

จากการศึกษาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่าการขยายสาขาและการดำเนินกลยุทธ์รูปแบบต่างๆ ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงาน ดังนี้

1. ยอดขายลดลง

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มียอดขายลดลงมาก ในจำนวน 20 ราย มีผลกระทบต่อ 18 ราย อีก 2 ราย ไม่เกินผลกระทบ เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาต่ำได้ มีต้นทุนสินค้าสูงจากการสั่งซื้อปริมาณน้อย สินค้าไม่หลากหลาย บริการไม่ครบวงจร ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่มีการส่งเสริมการขาย ลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มเล็กๆ ที่อาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียงและเป็นลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย รูปแบบร้านค้าไม่ทันสมัย ลูกค้าไม่สามารถเดินเลือกซื้อได้ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจตกต่ำกำลังซื้อผู้บริโภคลดลง

2. เงินทุนหมุนเวียนลดลง

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมียอดขายลดลงทำให้เงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าลดลง ผู้ประกอบการไม่สามารถหาแหล่งเงินกู้ที่มีต้นทุนต่ำได้ ต้องควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ไม่กล้าเสี่ยงลงทุนขยายกิจการหรือการปรับปรุงร้าน ไม่สามารถเก็บรักษาสินค้าคงคลังในปริมาณมาก เลือกจำหน่ายสินค้าที่ขายดี จึงทำให้สินค้าไม่หลากหลาย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ครบถ้วน ในจำนวน 20 ราย มีผลกระทบถึง 18 ราย

3. สินค้าหมุนเวียนลดลง

จากการที่ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าน้อย เพราะสั่งซื้อปริมาณน้อย จึงมีต้นทุนสินค้าสูงราคาขายสูง ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป ร้านค้าปลีกสมัยใหม่สามารถทดแทนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ ไม่สามารถใช้กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายได้ ไม่สามารถแข่งขันโดยการใช้กลยุทธ์สินค้าราคาต่ำได้ ทำให้ลูกค้าลดลงส่งผลต่อสินค้าในร้านมีการหมุนเวียนลดลง นอกจากนี้จำเป็นต้องลดปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานอีกด้วย ในจำนวน 20 ราย มีผลกระทบถึง 18 ราย

4.4 สรุปปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า มีลักษณะของผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่คล้ายคลึงกันเกือบทั้งหมดมีเพียง 2 ราย เท่านั้นที่ไม่ได้รับผลกระทบเนื่องจากเป็นผู้ค้าปลีกและค้าส่งในตัวเองด้วย นอกเหนือจากนั้นเกิดปัญหาต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหลายประการด้วยกัน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ไม่สามารถดำเนินกลยุทธ์ราคาสินค้าต่ำ

เนื่องจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่มีสาขา การสั่งซื้อสินค้านั้นมีปริมาณน้อย ทำให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าน้อย ไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าให้ลดต่ำลงได้ รวมทั้งไม่สามารถขอผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การส่งเสริมการขายต่างๆ การขอสินค้าแถมส่วนลด เป็นต้น ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีต้นทุนสินค้าและการดำเนินงานสูง จึงไม่สามารถตั้งราคาสินค้าให้ต่ำได้ ประกอบกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักจะใช้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ราคาสินค้าต่ำได้เลย

2. ไม่สามารถดำเนินกลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี

เนื่องจากการโฆษณาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นการดำเนินงานจากส่วนกลาง ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ทำให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั่วประเทศรวมทั้งการได้รับความช่วยเหลือจากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าในการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี ทุกช่วงเทศกาลสำคัญ ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ก็มีการจัดรายการลดราคามีของแถม สินค้าแถมซื้อ การส่งคู่มือชิงรางวัล เป็นต้น ผลของการใช้กลยุทธ์นี้ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น จนเกิดความเคยชิน มีความภักดีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่และรอคอยที่จะซื้อสินค้าที่ต้องการในช่วงการส่งเสริมการขาย

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถใช้กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการขายได้ เพราะมีเงินทุนน้อย ร้านไม่มีสาขา ต้นทุนการโฆษณาสูง ไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจกบริษัทผู้ผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าในการจัดรายการส่งเสริมการขายเช่น ไม่ได้รับส่วนลด ส่วนแถม เพราะปริมาณการสั่งซื้อสินค้าน้อย

3. ไม่สามารถแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์สินค้าหลากหลายและเป็นศูนย์บริการครบวงจร (One Stop Shopping)

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันได้เนื่องจาก สินค้าที่จำหน่ายมีน้อยชนิด ไม่มีความหลากหลายทั้งขนาด คุณภาพและราคา ผู้บริโภคไม่สามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ การให้บริการไม่ครบวงจร ต้องชำระด้วยเงินสดเท่านั้น รูปแบบร้านคับแคบ มีความพยายามจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ แต่ยังคงเป็นลักษณะตามความเคยชินของผู้ประกอบการ ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้า ทำให้ไม่สะดวกในการเลือกซื้อสินค้า จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันได้

4. ไม่สามารถแข่งขันโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินงาน

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงานได้ เนื่องจากมีเงินทุนน้อย การใช้เทคโนโลยีต้องมีการลงทุนสูงและมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ผู้ประกอบการขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี ร้านค้าหลายรายได้พยายามปรับปรุงโดยการนำเครื่องคิดเงินอัตโนมัติ ตู้แช่เย็นขนาดใหญ่ ตู้แช่ไอศกรีม มาใช้ในการดำเนินงาน

5. ผู้ประกอบการขาดความเข้าใจในการบริหารงานสมัยใหม่

ถึงแม้จะมีประสบการณ์ในการทำงานมานาน 10-30 ปี และอยู่ใกล้ชิดผู้บริโภค แต่ก็ยังขาดความเข้าใจในการบริหารงานภายใต้ความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม

รวมทั้งการบริหารธุรกิจค้าปลีก เช่น การจัดวางสินค้า การคัดเลือกสินค้าการกำหนดวิสัยทัศน์ การจัดการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารคลังสินค้า กฎระเบียบต่างๆ ของราชการ การจัดทำภาษี การจัดทำระบบข้อมูลลูกค้า การตลาดและการทำบัญชีการบริการการเงิน การพัฒนาความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ประสบการณ์ที่มีในอดีตช่วยประคับประคอง กิจกรรมให้ดำรงอยู่ได้ถ้ามีการพัฒนาความรู้ต่างๆ จะช่วยให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มียอดขายลดลงทำให้เงินทุนหมุนเวียนของร้านค้าลดลง ผู้ประกอบการไม่สามารถหาแหล่งเงินกู้ที่ต้นทุนต่ำได้ ต้องควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ชะลอการลงทุนหรือการปรับปรุงร้าน ไม่สามารถเก็บรักษาสินค้าคงคลังในปริมาณมากได้ เลือกจำหน่ายสินค้าที่ขายดี จึงทำให้สินค้าไม่หลากหลายไม่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าครบถ้วน

7. ต้นทุนดำเนินการสูง

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะมีต้นทุนดำเนินการสูง ได้แก่ค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ การสั่งซื้อสินค้าปริมาณน้อยแต่บ่อยครั้ง ถึงแม้จะมีข้อดีที่ไม่ต้องเก็บรักษาสินค้าคงคลังมากแต่ก็ทำให้สินค้ามีต้นทุนสูง

8. ความช่วยเหลือจากภาครัฐล่าช้า

จากการที่รัฐบาลมีแนวคิดที่จะนำกฎหมายผังเมืองและการควบคุมอาคาร การกำหนดพื้นที่ เวลาในการเปิดปิดให้บริการและการกำหนดวันหยุดประจำปีมาควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่นั้น ปัจจุบันนี้การช่วยเหลือก็ยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ไม่สามารถปกป้องและเกิดประโยชน์ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทยได้ และแนวทางล่าสุดที่ประกาศออกมาคือการสร้างระบบศูนย์รวมซื้อและกระจายสินค้าทั่วประเทศ เพื่อทำหน้าที่รวบรวมคำสั่งซื้อสินค้า ต่อรองราคาและเงื่อนไขจากผู้ผลิตแต่โครงการนี้คงต้องใช้เวลา 3-5 ปี ซึ่งใช้เวลานาน ในส่วนของการจัดเก็บภาษีรัฐบาลเรียกเก็บภาษีในอัตราที่เพิ่มขึ้นต่างๆ ที่มียอดขายลดลงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ในด้านการช่วยเหลือเรื่องเงินทุนโดยการประสานงานการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่างๆ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยยังคงสูงอยู่และผู้ประกอบการไม่เสี่ยงที่จะมีภาระหนี้สิน

9. พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

ในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำพบว่าผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่างมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น กำลังซื้อลดลง ประหยัดมากขึ้น ให้ความสำคัญเรื่องราคามากกว่าคุณภาพ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ

ใจในการได้รับบริการที่ครบวงจร สามารถใช้บริการได้ทั้งครอบครัว สะดวกประหยัดเวลา บางครั้งต้องการไปพักผ่อนมากกว่าความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า มีความเคยชินกับการเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง เปรียบเทียบสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ไม่ต้องมารับบริการจากร้านค้ามากนัก เหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนิยมมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ในขณะที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน เพราะผู้บริโภคไม่สามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง ไม่มีป้ายบอกราคาสินค้าผู้บริโภคไม่สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ ร้านค้าแบบบริการไม่ครบวงจรทำให้ไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ครบถ้วนทุกคน และเป็นที่น่าสังเกตว่าถึงแม้ผู้ประกอบการจะให้บริการด้วยความเป็นกันเองแล้วก็ตามผู้บริโภคก็ยังใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่อยู่

4.5 การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่ ได้มีการปรับตัวเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การตลาด

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ปรับตัวแล้วในจังหวัดนนทบุรี ได้มุ่งเน้นรักษาลูกค้าเดิม โดยการให้บริการอย่างเป็นกันเองและตรงกับความต้องการของลูกค้า สร้างความพอใจและความประทับใจให้ลูกค้าเพื่อจะได้มาเป็นลูกค้าประจำ ด้วยการสังเกตความต้องการของลูกค้า จัดหาสินค้าและบริการมาตอบสนองให้ตรงกับความต้องการ บริการที่ดีมีความจริงใจให้ลูกค้า บริหารจัดการสินค้าให้หมุนเวียนเร็ว จัดหาสินค้าน่าถูกคุณภาพปานกลาง เพิ่มสินค้าให้หลากหลายเช่น ขนม เครื่องดื่ม พร้อมทั้งจัดหาสินค้าต้นทุนต่ำจากแหล่งอื่น เช่น ร้านค้าส่ง แนะนำผู้บริโภคว่าควรเลือกสินค้าที่มีตราหือเพราะมีคุณภาพดี และราคาเหมาะสม ไม่ควรเลือกเพราะราคาถูกที่สุด บางรายมีบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้า ผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นพนักงานขาย จึงให้บริการที่ดี ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า จัดจาลูกค้าได้แม่นยำ แก้ปัญหาได้ทันทีช่วยให้ลูกค้ามีความประทับใจและมาใช้บริการสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางร้านได้ทำการปรับปรุงภาพลักษณ์ของร้านค้า เช่น เปลี่ยนการจัดวางสินค้าให้คล้ายกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ แยกสินค้าเป็นหมวดหมู่ สร้างชั้นวางสินค้าใหม่ ให้ลูกค้าเดินซื้อสินค้าได้ จัดร้านให้สะอาด สวยงาม เพิ่มตู้เย็นแช่อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการบางรายที่ยังไม่ได้ปรับปรุงร้านก็มีแผนการที่จะ

ปรับปรุงร้านให้มีลักษณะเหมือนร้านค้าปลีกสมัยใหม่เช่นกัน แต่ขาดแคลนเงินทุนและจะรอประเมินสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้าก่อน

2. การเงิน

ผู้ประกอบการมีการวางแผนการใช้จ่าย ใช้ความรอบคอบและระมัดระวัง เงินรายได้จากการขายแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งจะเก็บเป็นเงินทุนสำรอง ส่วนที่สองไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และส่วนที่สามไว้ซื้อสินค้านำมาขายในร้าน ระวังแผนการปรับปรุงร้าน ไม่เก็บรักษาสินค้าคงคลังในปริมาณมาก

3. การจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงคลัง

ผู้ประกอบการจะเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสม โดยการสั่งซื้อสินค้าปริมาณน้อยและจะไม่เก็บสินค้าคงคลังไว้มาก เพราะทำให้เสี่ยงต่อการขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือสินค้าเก่าล้าสมัยสามารถสั่งซื้อจากร้านค้าส่งในท้องถิ่นได้สินค้าชำรุดและล้าสมัยถ้าเปลี่ยนหรือคืนไม่ได้ก็นำมาใช้ส่วนตัว

4. การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผู้ประกอบการและคนในครอบครัวช่วยกันดูแลกิจการให้บริการที่ดีมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความจริงใจ ซื่อสัตย์สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เร็ว

5. การวิจัยและพัฒนา

ผู้ประกอบการใช้วิธีการสังเกต และการเรียนรู้จากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา และอาศัยการติดตามข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ประกอบการค้าปลีกรายอื่นๆ รวมทั้งพนักงานขายของบริษัทที่สั่งซื้อสินค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนในการเตรียมตัวรับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

6. การจัดการ

ผู้ประกอบการมีความอดทน มีความรอบคอบ มีประสบการณ์ ในการทำธุรกิจค้าปลีกมีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันกับพฤติกรรมของลูกค้าได้ ต้องมีความรู้และติดตามข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตลอดจนรู้สถานการณ์ของคู่แข่ง

4.6 อนาคตของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้พยายามประคับประคองกิจการแต่คาดว่าในที่สุดก็คงปิดกิจการเพิ่มมากขึ้น เพราะในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงการปรับปรุงร้านก็มีความ

เสี่ยงสูงเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนมากและไม่มั่นใจว่าจะได้บริการดีหรือไม่ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการ เช่น เงินทุน ถ้ามีเงินทุนมากก็อยู่ได้นาน ถ้าเงินทุนน้อยโอกาสปิดกิจการก็จะมีมากกว่า ความสามารถของผู้ประกอบการก็เป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน ถ้าผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และปรับตัวได้เหมาะสม ก็จะช่วยให้กิจการดำเนินการต่อไป

ความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือได้แก่ ขอให้ลดการจัดเก็บภาษีเพราะยอดขายลดลงมากต้องการให้ซูเปอร์เซ็นเตอร์ชำระภาษีการค้าให้แก่สรรพากรนทบุรีด้วย เพราะในปัจจัยซูเปอร์เซ็นเตอร์ชำระเฉพาะภาษีโดยรอบภาษีป้ายเท่านั้น การควบคุมราคาสินค้าไม่ให้ราคาสินค้าต่ำกว่าปกติจนทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันได้ การจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมอย่างทั่วถึง

ในอนาคตการให้บริการที่ดี การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ความซื่อสัตย์จริงใจ บริการส่งถึงบ้าน ในเทศกาลสำคัญก็มีของแถม ของแจกให้ลูกค้าประจำบ้าง จัดหาสินค้าให้ความหลากหลายราคาถูกหรือใกล้เคียงกับคู่แข่งจะมีผลให้กิจการสามารถดำรงอยู่ได้ อีกทั้งคาดว่าผู้จำหน่ายสินค้าคงจะให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในอนาคต เพราะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด มีจำนวนร้านค้ามาก ส่วนใหญ่มียอดขายซื้อไม่เกิน 30,000 บาท จึงทำให้ผู้จำหน่ายสินค้าไม่มีปัญหาเรื่องการเรียกเก็บเงิน ผู้จำหน่ายสินค้าไม่มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มในเรื่องต่างๆ เช่น การทำการส่งเสริมการขาย การโฆษณา ทำแผ่นพับ การต่อรองราคา หรือการจ่ายค่าวางสินค้า