

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การค้าปลีกเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และนับวันยิ่งทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นับตั้งแต่ช่วงหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 โดยเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ พบว่า มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 รองจาก อุตสาหกรรมการผลิต นั่นคือ มีมูลค่า 812,214 ล้านบาทในปี 2540 ลดลงเป็น 685,258 ล้านบาทในปี 2545 และเพิ่มขึ้นมากกว่า 860,000 ล้านบาทในปี 2549 ตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2540-2549

หน่วย : ล้านบาท

สาขาการผลิต	2540	2545	2549p
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	351,974	405,967	726,169
การประมง	95,202	107,461	113,728
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	82,402	116,609	211,285
อุตสาหกรรมการผลิต	1,427,657	1,550,603	2,363,008
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	118,958	161,135	218,301
การก่อสร้าง	271,824	157,385	218,057
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมยานยนต์ และของใช้	812,214	685,258	864,693
โรงแรมและภัตตาคาร	245,872	304,137	378,634
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และคมนาคม	369,949	443,246	538,108
การเป็นตัวกลางทางการเงิน	309,193	150,471	241,076
กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และกิจกรรมทางธุรกิจ	156,982	137,436	141,837

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

หน่วย : ล้านบาท

สาขาการผลิต	2540	2545	2549p
การบริหารราชการ และการป้องกันประเทศ	181,095	244,783	350,060
การศึกษา	163,467	216,908	327,120
งานด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	76,417	106,846	149,058
กิจกรรมด้านบริการชุมชน สังคม	62,754	67,387	98,044
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	6,650	7,455	8,738

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมการค้าปลีก ก่อให้เกิดการจ้างงานในแต่ละปี มากกว่า 4,000,000 คนต่อปี โดยในปี 2540 ก่อให้เกิดการจ้างงาน จำนวน 4,162,600 คน เพิ่มขึ้นเป็น 4,945,600 คน ในปี 2545 และมากกว่า 5,400,000 คน ในปี 2549 ตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2

จำนวนผู้มีงานทำ จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2540-2549

หน่วย : พันคน

สาขาการผลิต	2540	2545	2549
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	13,695.0	13,558.5	13,424.8
การประมง	450.3	483.4	451.8
อุตสาหกรรมการผลิต	4,302.5	5,052.4	5,803.6
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	135.5	88.5	105.6
การก่อสร้าง	2,488.5	1,786.6	2,137.5
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมยานยนต์ และของใช้	4,162.6	4,945.6	5,473.0
โรงแรมและภัตตาคาร	1,543.8	2,043.1	2,303.1
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และคมนาคม	1,037.8	1,008.8	1,100.9
การเป็นตัวกลางทางการเงิน	336.1	272.4	337.8

ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

หน่วย : พันคน

สาขาการผลิต	2540	2545	2549
กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และ กิจกรรมทางธุรกิจ	466.8	500.1	694.7
การบริหารราชการ และการป้องกันประเทศ	952.0	973.9	1,145.2
การศึกษา	874.7	954.7	1,028.3
งานด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	342.2	473.8	598.1
กิจกรรมด้านบริการชุมชน สังคม	488.3	626.0	754.7
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	174.1	233.0	224.2
อื่น ๆ	71.6	60.0	131.7

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมการค้าปลีก ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เกิดจากกฎหมายให้อิสระแก่ผู้ประกอบการค้าปลีกข้ามชาติขยายสาขาภายในประเทศไทย นับตั้งแต่ช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ รวมถึงความได้เปรียบด้านเงินทุนและประสบการณ์ในการบริหารการค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกสัญชาติไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กต้องปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมาก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย, 2545, น.8) โดยผู้ประกอบการที่อยู่รอดได้ในปัจจุบันมักจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ระดับประเทศและดำเนินธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

การเข้ามาของผู้ประกอบการค้าปลีกข้ามชาติ ส่งผลให้มูลค่าการขายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีจำนวนเพียง 108,506 ล้านบาทในปี 2540 ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 339,232 ล้านบาทในปี 2548 โดยดีสเคทส์โตร์ข้ามชาติ มีอัตราการขยายตัวของยอดขายสูงสุด จาก 55,111 ล้านบาทในปี 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 111,950 ล้านบาทในปี 2544 และ 206,054 ล้านบาทในปี 2548 หรือคิดเป็นร้อยละ 61 ของส่วนแบ่งการตลาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตามตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3

มูลค่าการขายปี 2540-2548 และส่วนแบ่งทางการตลาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ปี 2548

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทธุรกิจ	2540	2544	2548	ส่วนแบ่งทางการตลาด ปี 2548 (%)
ดีสเคทส์ไตร์	55,111	111,950	206,054	61
ห้างสรรพสินค้า	29,026	35,436	51,332	15
ร้านสะดวกซื้อ	11,106	23,353	57,225	17
ซูเปอร์มาร์เก็ต	10,723	12,456	22,073	7
รวม	108,506	185,739	339,232	100.00

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์

ดีสเคทส์ไตร์ข้ามชาติที่มีการขยายตัวสูงสุดในช่วงสิบปีที่ผ่านมา คือ เทสโก้-โลตัส จากจำนวน 5 สาขาในปี 2539 เพิ่มขึ้นเป็น 61 สาขาในปี 2549 หรือมีอัตราการขยายตัวมากกว่า 12 เท่าในช่วงสิบปีที่ผ่านมา รองลงมา คือ บิ๊กซี แม็คโครและคาร์ฟูร์ตามลำดับ ตามตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4

จำนวนสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทดีสเคทส์ไตร์ ปี 2539-2549

หน่วย : สาขา

ดีสเคทส์ไตร์	2539	2544	2548	2549
บิ๊กซี	11	30	43	50
เทสโก้-โลตัส	5	33	56	61
คาร์ฟูร์	2	14	22	24
แม็คโคร	14	20	29	31
รวม	32	97	150	166

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่สร้างรายได้ให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท จากการท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดธุรกิจมากมายเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัด และเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวม โรงแรมและภัตตาคาร สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดปีละ

มากกว่า 20,000 ล้านบาท ในขณะที่ภาคการค้าสามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเป็นอันดับ 3 รองลงมาจาก โรงแรมและภัตตาคารและการคมนาคมขนส่ง โดยในปี 2546 สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัด 4,195 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,089 ล้านบาทในปี 2548 และมากกว่า 6,000 ล้านบาทในปี 2549 ตามตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2546-2549

หน่วย : ล้านบาท

สาขาการผลิต	2546	2547	2548	2549p
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	1,494	1,642	1,947	2,402
การประมง	2,903	3,244	2,998	3,127
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	20	8	-	-
อุตสาหกรรมการผลิต	1,565	2,037	2,271	2,394
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	1,098	1,355	1,296	1,460
การก่อสร้าง	2,149	2,457	2,925	2,927
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมยานยนต์ และของใช้	4,195	4,603	5,089	6,043
โรงแรมและภัตตาคาร	20,425	25,785	20,766	22,000
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และคมนาคม	5,741	6,614	5,174	7,887
การเป็นตัวกลางทางการเงิน	1,205	1,459	1,660	1,924
กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และกิจกรรมทางธุรกิจ	1,274	1,424	1,516	1,713
การบริหารราชการ และการป้องกันประเทศ	984	1,155	1,227	1,306
การศึกษา	990	993	1,172	1,519
งานด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	758	821	923	990
กิจกรรมด้านบริการชุมชน สังคม	1,092	1,318	1,359	1,388
ถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	46	48	49	49

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เมื่อพิจารณาจำนวนแรงงานเปรียบเทียบกับจำนวนประชากรในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พบว่า จำนวนแรงงานที่เข้ามาทำงานในจังหวัดภูเก็ตเพิ่มขึ้นทุกปี นั่นคือ จากจำนวน 319,130 คน ในปี 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 387,370 คนในปี 2548 และลดลงในปี 2549 จำนวน 319,200 คน ในขณะที่จำนวนประชากรในท้องถิ่นในช่วงปี 2546-2549 ยังคงมีจำนวนคงที่ ทำให้สัดส่วนแรงงานต่อประชากรทั้งหมดในแต่ละปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนลดลงเพียงเล็กน้อยในปี 2549 ตามตารางที่ 1.6

ตารางที่ 1.6

จำนวนแรงงานต่อจำนวนประชากรของจังหวัดภูเก็ต ปี 2546-2549

หน่วย : พันคน

จำนวนประชากร	2546	2547	2548	2549
มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต	290.19	290.19	290.19	290.19
ทำงานในจังหวัดภูเก็ต	319.13	354.52	387.37	319.20
สัดส่วนของแรงงานต่อประชากร	1.10	1.22	1.33	1.10

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต

เมื่อพิจารณาตามสภาพทางภูมิศาสตร์ จังหวัดภูเก็ต นอกเหนือจากการเป็นจังหวัดท่องเที่ยวแล้ว ภูเก็ตยังเป็นศูนย์กลางการค้าของจังหวัดแถบชายฝั่งอันดามัน อันได้แก่ พังงา ภูเก็ต กระบี่และตรัง ทำให้เป็นแรงดึงดูดใจที่สำคัญในการเข้ามาลงทุนของดีเอสเคทีสโตร์ข้ามชาติ คือ เทสโก้-โลตัส บิ๊กซีและแม็คโคร ในช่วงปี 2542-2547 ส่งผลให้ดีเอสเคทีสโตร์ท้องถิ่น คือ ห้างซูเปอร์ซีป ซึ่งเปิดดำเนินกิจการมาตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2538 ได้รับผลกระทบและต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง

ห้างซูเปอร์ซีป (www.supercheapphuket.com, กุมภาพันธ์ 2551) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2538 โดยนายบุญสม อนันตจรรยาวงศ์ ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นภูเก็ต ตัวห้างมีลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียว (หลังคามุงกระเบื้องและสังกะสี พื้นลาดปูนซีเมนต์) และไม่ใช้เครื่องปรับอากาศ โดยมีศูนย์อาหารภายในตัวห้าง ซูเปอร์ซีปประกอบกิจการทั้งด้านค้าส่งและค้าปลีก ในปัจจุบันมีสินค้าจำหน่ายมากกว่า 100,000 รายการ กลุ่มสินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ อาหารสด อาหารแห้ง ของใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์กีฬา ของขวัญ ของเล่นเด็ก ยารักษาโรค ไม้ดอกไม้

ระดับ ผลิตภัณฑ์จักรสาน เสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว นอกจากนี้ ทางห้างมีตราสินค้าเป็นของตนเองและมีการส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมแก่ลูกค้า เพื่อนำมาแลกของสมนาคุณภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

ถ้าหากพิจารณารายได้จากการขายและรายได้รวมของห้างซูเปอร์ซีปตามตารางที่ 1.7 จะพบว่า รายได้จากการขายและรายได้รวมของห้างซูเปอร์ซีปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2539-2548 โดยรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นจาก 322.90 ล้านบาทในปี 2539 เป็น 883.15 - 2,683.23 ล้านบาท ในปี 2542-2547 ทั้งที่ในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่ดิเสคาร์ทโร้ซามชาติทั้ง 3 รายเข้ามาเปิดดำเนินกิจการในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต และรายได้จากการขายของห้างซูเปอร์ซีปยังคงเพิ่มสูงขึ้นเป็น 3,064.06 ล้านบาทในปี 2548 ในขณะที่รายได้รวมเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับรายได้จากการขาย

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของรายได้จากการขายของห้างซูเปอร์ซีปเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของ GPP ภูเก็ต พบว่า ภายหลังจากเริ่มต้นดำเนินกิจการในช่วงปลายปี 2538 รายได้จากการขายของห้างซูเปอร์ซีปมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 78.12 ในปี 2540 ในขณะที่ GPP ภูเก็ตมีค่าติดลบ 8.40 ซึ่งอาจเป็นเพราะช่วงเวลาดังกล่าวเกิดวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ในประเทศไทย จึงทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากหันมาซื้อสินค้าจากห้างซูเปอร์ซีปที่เน้นการจำหน่ายสินค้าในราคาถูก ส่วนการลดลงของอัตราการขยายตัวของรายได้จากการขายในปี 2543-2545 น่าจะเป็นผลมาจากการเข้ามาของเทสโก้-โลตัสและบิ๊กซีในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ในช่วงปี 2542 และ 2544 โดยรายได้จากการขายขยายตัวเกินกว่าร้อยละ 50 อีกครั้งในปี 2546 ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากการขยายการรับคำสั่งซื้อโดยพนักงานขายไปยังร้านค้าปลีกรายย่อยของห้างซูเปอร์ซีป จากเดิมที่เน้นเฉพาะร้านขายปลีกและส่งขนาดใหญ่ และหากพิจารณาในปี 2548 พบว่า รายได้จากการขายของห้างซูเปอร์ซีปและ GPP ภูเก็ตมีอัตราการขยายตัวลดลงอย่างน่าตกใจ โดยเฉพาะ GPP ติดลบถึงร้อยละ 8 ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการเข้ามาของแม็คโครในปี 2547 และการเกิดภัยพิบัติขึ้นามิซึนแถบจังหวัดชายฝั่งอันดามัน จึงส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดอย่างรุนแรง

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึง กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและวิธีการปรับตัวที่ดีของห้างซูเปอร์ซีป เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ในขณะที่การเข้ามาของดิเสคาร์ทโร้ซามชาติในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ส่งผลให้ห้างท้องถิ่นต้องปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ห้างซูเปอร์ซีป น่าจะเป็นต้นแบบที่ดีในการดำเนินธุรกิจของห้างท้องถิ่นสัญชาติไทย ในการปรับตัวให้สามารถอยู่รอดได้อย่างเข้มแข็ง จากการเข้ามาแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ตารางที่ 1.7
รายได้ของห้างซูเปอร์ซีป ปี 2539-2548

หน่วย : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	รายได้จากการขาย	รายได้รวม	อัตราการขยายตัวของรายได้จากการขาย	อัตราการขยายตัวของ GDP จ. ภูเก็ต
2539	322.90	322.90	-	-
2540	575.16	575.16	78.12	-1.15
2541	677.29	677.29	17.76	14.13
2542	883.15	883.15	30.39	-2.10
2543	1,074.19	1,074.93	21.63	10.79
2544	1,206.21	1,207.32	12.29	2.66
2545	1,307.48	1,309.18	8.40	14.79
2546	2,062.94	2,065.93	57.78	0.55
2547	2,683.23	2,686.44	30.07	19.64
2548	3,064.06	3,073.15	14.19	-8.35

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาพรวมของธุรกิจดีสเคาท์สโตร์ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวของห้างซูเปอร์ซีปเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของดีสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ ทั้งทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกดีสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภค โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างห้างซูเปอร์ซีปกับดีสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. พื้นที่ที่เลือกทำการศึกษาคือ จังหวัดภูเก็ต
2. ดิสเคาท์สโตร์ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต มีจำนวนทั้งหมด 4 ราย ได้แก่ ห้างซูเปอร์ซีป เทลโก้-โลตัส บิ๊กซีและแม็คโคร
3. ทำการศึกษาผลกระทบจากการเข้ามาของดิสเคาท์สโตร์ข้ามชาติต่อสภาพแวดล้อม ในการดำเนินธุรกิจของห้างซูเปอร์ซีป ทั้งทางด้านคู่แข่งและผู้ซื้อสินค้า
4. ทางด้านคู่แข่ง ทำการศึกษาภาพรวมของธุรกิจดิสเคาท์สโตร์ ในพื้นที่จังหวัด ภูเก็ตและกลยุทธ์ในการปรับตัวของห้างซูเปอร์ซีปเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของ ดิสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ ทั้งทางด้านราคาและไม่ใช่ว่าราคา
5. ทางด้านผู้ซื้อสินค้า ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกดิสเคาท์สโตร์ของผู้ บริโภค โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างห้างซูเปอร์ซีปกับดิสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ

1.4 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของดิสเคาท์สโตร์ท้องถิ่น กรณีศึกษา : ห้างซูเปอร์ซีป จังหวัดภูเก็ต จะใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

(1) สัมภาษณ์ผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 405 ชุด เพื่อให้ทราบถึงดิสเคาท์สโตร์ที่ผู้บริโภคไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ราคาสินค้า บรรยากาศ ภายในร้าน ฯลฯ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างห้างซูเปอร์ซีปกับดิสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit model) และมัลติโนเมียลโลจิสติก (Multinomial logit model) ซึ่งได้ผ่านการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม Stata version 10.0

(2) สัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการนายวิชัย เพ็ชรดี เกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของห้างซูเปอร์ซีปนับตั้งแต่ปี 2539-ปัจจุบัน รวมทั้งกลยุทธ์ในการปรับตัวของห้างซูเปอร์ซีป ภายหลังจากดิสเคาท์สโตร์ข้ามชาติเข้ามาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทางสถิติ ตลอดจนข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกและร้านค้าปลีกประเภทดีสเคาท์สโตร์ อันได้แก่ ห้างซูเปอร์ซีป เทสโก้-โลตัส บิ๊กซีและแม็คโคร จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต เอกสารทางวิชาการ หนังสืองานวิจัย บทความและวารสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการค้าปลีก เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาภาพรวมของธุรกิจดีสเคาท์สโตร์ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตและวิเคราะห์กลยุทธ์การปรับตัวของห้างซูเปอร์ซีปเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของดีสเคาท์สโตร์ข้ามชาติ ทั้งทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา