

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งถือได้ว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญและเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีส่วนในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นภาคที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับสองรองจากภาคการผลิตอุตสาหกรรม และมีการจ้างงานเป็นอันดับสามรองจากภาคเกษตรกรรมและภาคการบริหาร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) และในปีพ.ศ. 2553 มีสัดส่วนร้อยละ 13 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีขยายตัวเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.8 จากปีพ.ศ. 2552 (ประชาชาติธุรกิจ, 2554) นอกจากนี้ธุรกิจการค้าปลีกยังมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนด้วยโดยเป็นตัวพัฒนามาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชน เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกนี้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง

การค้าปลีกมีความสำคัญต่อวิถีไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ ในฐานะช่องทางจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ในอดีตรูปแบบของธุรกิจการค้าปลีกมีลักษณะเป็นธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านขายของชำ (Grocery Store) ขนาดเล็ก ที่มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค สถานที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือย่านการค้า การจัดการบริหารงานเป็นแบบครอบครัวและมีการพึ่งพาผู้ค้าส่งเป็นสำคัญ แต่จากภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเริ่มมีแนวคิดแบบตะวันตกเข้ามาพัฒนารูปแบบการค้ามากขึ้นในช่วงหลังปี พ.ศ.2500 จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญช่วงหนึ่งที่ทำให้รูปแบบธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้เปลี่ยนเป็นธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่วงพ.ศ.2501-2518 เกิดธุรกิจในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า (Department Store) ได้แก่ ห้างเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าไคมารู และมีการพัฒนาในลักษณะรูปแบบการค้าครบวงจร (Shopping Complex) ซึ่งถือเป็นการสร้างแรงดึงดูดใหม่ให้ผู้บริโภคสร้างความแตกต่างระหว่างธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหลายด้าน เช่น การมีเครื่องปรับอากาศ แต่ถึงอย่างไร ไม่มีผลกระทบด้านการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากนัก เนื่องจากจำนวนของ

ห้างสรรพสินค้ามีจำนวนที่น้อย และมีเฉพาะในกรุงเทพฯ เท่านั้น ช่วงปีพ.ศ.2518-2537 ถือเป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO : World Trade Organization) ทำให้ประเทศไทยเริ่มมีการเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศส่งผลทำให้ธุรกิจการค้าปลีกแบบสมัยใหม่มีการพัฒนาและขยายตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนของธุรกิจจากต่างประเทศมีการพัฒนารูปแบบธุรกิจการค้าปลีกเป็นร้านค้าแบบร้านค้าส่งเงินสดและบริการ (Cash and Carry) และร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ร้านดิสเคาน์ต์ (Discount Store) ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter) และไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) รวมไปถึงร้านค้าประเภทจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง จากการที่มีกลุ่มธุรกิจจากต่างประเทศเข้ามาทำให้เกิดการแข่งขันทั้งในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกประเภทเดียวกันเอง และกลุ่มธุรกิจค้าปลีกคนละประเภท

อย่างไรก็ตามในช่วงปีพ.ศ.2537-2540 เป็นต้นมาซึ่งเป็นช่วงวิกฤตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้มูลค่าของธุรกิจค้าปลีกได้ชะลอตัวลงเช่นเดียวกับเศรษฐกิจไทย รวมทั้งรัฐบาลประกาศมาตรการต่างๆ เพื่อพยุงเศรษฐกิจของประเทศ เช่นการปรับโครงสร้างภาษีมูลค่าเพิ่มจากเดิมร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 10 เป็นต้น ขณะเดียวกันผู้ประกอบการค้าปลีกของคนไทยประสบปัญหาสภาพคล่อง มีภาระหนี้จากต่างประเทศมากขึ้นเนื่องจากปัญหาการอ่อนตัวของค่าเงินบาท ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องขายกิจการให้กับนักลงทุนชาวต่างชาติ หรือการหาผู้ร่วมทุนใหม่จากต่างประเทศ เพื่อระดมทุนเสริมความมั่นคงของธุรกิจตน อีกทั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดประเภทส่งเสริมการลงทุนกิจการค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค (โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม 2541 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2542) เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุน หรือถือหุ้นในกิจการที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วได้ หากพิจารณาสัดส่วนผู้ถือหุ้นพบว่า เดิมธุรกิจการค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นของคนไทยแต่หลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้ธุรกิจค้าปลีกเปลี่ยนไปเป็นของต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจค้าปลีกประเภทดิสเคาน์ต์ โดยนักลงทุนส่วนใหญ่มาจากประเทศในแถบยุโรป ได้แก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส เป็นต้น ขณะที่ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นไทย ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นร้านค้าปลีกประเภทคิสเคาท์ส โตร์ในช่วงปีพ.ศ.2541-2548

ประเภทธุรกิจ	โครงสร้างเดิม	โครงสร้าง พ.ศ. 2542	โครงสร้าง พ.ศ. 2548
1. โลคัส ซูเปอร์มาร์เก็ต	บริษัทเอกชัยคิสทริ บิวซัน จำกัดเป็นเจ้าของ และกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้ถือหุ้น100 %	จัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อเทส โกัสโตร์(ประเทศไทย) จำกัดผู้ถือหุ้นคือกลุ่มเทส โก้(ประเทศอังกฤษ)49% และเครือเจริญโภคภัณฑ์ 51%	กลุ่มเทส โก้ (ประเทศ อังกฤษ) 98% และ เครือเจริญ โภคภัณฑ์ 2%
2. บิ๊กซี ซูเปอร์ เซ็นเตอร์	บริษัทบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์จำกัด(มหาชน) กลุ่มเซ็นทรัลริเทลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ (33%)	กลุ่มคาสโน (ประเทศ ฝรั่งเศส) เข้ามาถือหุ้นส่วนใหญ่ (66%) กลุ่มเซ็นทรัลริเทลถือหุ้น 13% และผู้ถือหุ้นรายย่อย 21%	กลุ่มคาสโน (ประเทศ ฝรั่งเศส) 63.18% จิราธิวัฒน์ 11.75% และผู้ถือหุ้นรายย่อย 25.07%
3. คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	บริษัทเซ็นคาร์เป็น เจ้าของ โดยมีกลุ่มคาร์ฟูร์(ประเทศฝรั่งเศส) ถือหุ้น 40% และ เอสเอสซีพี โฮลดิ้ง(ประเทศไทย) ถือหุ้น 60%	คาร์ฟูร์ (ประเทศฝรั่งเศส) ถือหุ้น 100%	คาร์ฟูร์ (ประเทศ ฝรั่งเศส) ถือหุ้น 40% และเอสเอสซีพี โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) ถือหุ้น 60%
4. แม็คโคร		กลุ่มเอสเอสซีพีโฮลดิ้ง (ประเทศนอร์เวย์) ถือหุ้น 41.7% เครือเจริญ โภค ภัณฑ์ ถือหุ้น 26.1% และ ประชาชนทั่วไปถือหุ้น 32.2%	กลุ่มเอสเอสซีพีโฮลดิ้ง (ประเทศนอร์เวย์) ถือหุ้น90% เครือเจริญ โภคภัณฑ์ ถือหุ้น 10%

ที่มา : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2548)

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสภาพตลาดธุรกิจพบว่า ธุรกิจการค้าปลีกไทยมีการพัฒนาการอย่างมาก โดยมีปัจจัยหลักจากการเข้ามาลงทุนของต่างชาติ โดยนักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาได้ใช้กลยุทธ์การเพิ่มสาขาอย่างรวดเร็ว ดังจำนวนสาขาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนสาขาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย

(หน่วย : แห่ง)

ประเภทธุรกิจ	2550	% Δ	2551	% Δ	2552	% Δ	2553	% Δ
1. เทสโก้ โลตัส	404	38.36	503	24.50	650	29.22	698	7.38
2. บิ๊กซี	60	9.10	76	26.67	77	1.31	87	12.99
3. คาร์ฟูร์	26	13.04	30	15.38	39	30.00	41	5.13
4. แมคโคร	40	37.93	41	2.50	44	7.32	48	9.10
5. ท็อปส์	101	9.78	102	1.00	120	17.65	153	27.50
6. เซเว่นอีเลฟเว่น	4,279	18.14	4,766	11.38	5,270	10.57	5,660	7.40
7. แฟมิลี่มาร์ท	542	0.00	554	2.21	558	0.72	600	0.36

ที่มา : สำนักส่งเสริมการค้าแข่งขันทางการค้า (2553)

หมายเหตุ : % Δ หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงจำนวนสาขาร้านค้าปลีกแต่ละประเภท

ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขยายตัวได้อย่างรวดเร็วเนื่องมาจากธุรกิจประเภทนี้เน้นเพื่อการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหญ่ คือ กลุ่มคนชั้นกลางที่มีความต้องการซื้อสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก มีการเสนอสินค้าครอบคลุมหมวดหมู่หลักครบทุกประเภทในราคาถูก จัดให้มีความสะดวกสบายทุกด้าน เช่น ระบบปรับอากาศที่ทันสมัย ศูนย์อาหาร เครื่องเบกค่อนเงินสดอัตโนมัติให้บริการ ซึ่งถือเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนวิถีชีวิต และค่านิยมที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสิ่งที่ต้องการได้ในสถานที่แห่งเดียวและได้รับการบริการอย่างครบถ้วน นอกจากนั้นยังมีปัจจัยเรื่องเงินทุน กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีการร่วมทุนกับต่างประเทศมีความพร้อมในการระดมทุนได้ตามจำนวนและปริมาณเงินทุนที่ต้องการ ส่งผลทำให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วยมีแนวโน้มจะลดลงตามลำดับจากการถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดไป ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเองไม่ปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบัน

สัดส่วนการค้าปลีกสมัยใหม่มีสัดส่วน 40% และการค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสัดส่วน 60% โดยจำนวนลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ตกประมาณ 80 ล้านรายต่อเดือน

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยเป็นเป้าหมายที่กลุ่มธุรกิจแบบสมัยใหม่ดังกล่าว แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 124 ตำบล 1,510 หมู่บ้าน ประชากร ณ. วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2553 รวมทั้งสิ้น 1,198,218 คนเป็นชาย 589,890 คน หญิง 608,328 คนในปี 2550 โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) (ตามราคาประจำปี) เท่ากับ 53,157 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัว (Per Capital GPP) เท่ากับ 44,505 บาท/ปี รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาการเกษตรมากที่สุดถึงร้อยละ 31.84 คิดเป็นมูลค่า 16,925 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ สาขาการขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 17.50 คิดเป็นมูลค่า 9,305 ล้านบาท และสาขาการศึกษา ร้อยละ 10.80 คิดเป็นมูลค่า 5,741 ล้านบาท ตามลำดับ จังหวัดเชียงรายถือเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญ เรื่องการท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งของประเทศ อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนจีนตอนใต้-อินโดจีน นอกจากนี้ยังมีความได้เปรียบจากการเป็นเมืองยุทธศาสตร์ที่มีการติดต่อการค้าการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านได้ทั้งประเทศพม่า และประเทศลาวเป็นประตูการค้าการลงทุนกับอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนหรือเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ทั้งทางน้ำ ทางบก และทางอากาศ ได้แก่ โครงการการก่อสร้างถนนสาย R3A เชื่อมต่อระหว่างประเทศไทย ลาว และประเทศจีน โครงการสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 และโครงการก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติที่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญเมืองหนึ่งของประเทศไทย และเป็นเมืองเศรษฐกิจสำคัญตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนจีนตอนใต้-อินโดจีน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดโอกาสในการขยายตัวของภาคธุรกิจการค้าปลีกภายในจังหวัด และการขยายตัวที่เกิดขึ้นนี้ไม่ได้เป็นเฉพาะผู้ประกอบการท้องถิ่นเท่านั้นแต่ยังมีกลุ่มของธุรกิจค้าปลีกที่มีเครือข่ายจากต่างประเทศเข้ามาประกอบกิจการเป็นจำนวนมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ที่มีเริ่มมีการขยายมายังจังหวัดเชียงรายเริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2540 เป็นต้นมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ดังที่แสดงในตาราง 1.3

ตารางที่ 1.3 แสดงปี พ.ศ. ที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่เปิดกิจการ ในจังหวัดเชียงราย

ปี พ.ศ.	ประเภทธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่
2540	บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย
2546	แม็คโคร สาขาเชียงราย
2548	เทสโก้ โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาแม่สาย
2550	เทสโก้ โลตัส ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ สาขาแม่จัน
	เทสโก้ โลตัส ตลาดโลตัส สาขาพาน
2554	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าโรบินสัน สาขาเชียงราย

ที่มา : จากการสำรวจ (2555)

หลังจากที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่เปิดกิจการในจังหวัดเชียงรายนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ดังตารางที่ 1.4 แสดงการจดทะเบียนพาณิชย์ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งในจังหวัดเชียงราย ดังนั้นการที่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กสามารถอยู่รอดได้ในปัจจุบันและอนาคต ผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะต้องดำเนินการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานใหม่ให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้น

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนการจดทะเบียนพาณิชย์ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งในจังหวัดเชียงราย

ปี พ.ศ. 2549 - 2553

พ.ศ.	จำนวนการจดทะเบียน
2549	1,533
2550	1,674
2551	1,358
2552	1,521
2553	1,770

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงราย (2554)

ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ที่มีการขยายมายังจังหวัดเชียงรายเริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2540 เป็นต้นมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาทำการศึกษาธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่คือ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ (เปิดสาขาให้บริการปี พ.ศ.

2540) แม็คโคร (เปิดสาขาให้บริการปี พ.ศ. 2546) และล่าสุดคือศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าโรบินสัน จังหวัดเชียงราย (เปิดสาขาให้บริการเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554) โดยจะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็ก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในการพัฒนาปรับปรุงตนเองและจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่นให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ศึกษาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่นจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ความต้องการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงร้านค้าปลีกขนาดเล็กในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งหน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาระบบด้านการค้าปลีกให้เกิดความสอดคล้องกับผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันและการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ซึ่งในการศึกษานี้หมายถึง บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ แม็คโคร และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าโรบินสัน จังหวัดเชียงรายที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทำการศึกษาโดยแบ่งผลกระทบออกเป็นสองส่วน ดังนี้ ส่วนที่หนึ่ง ผลกระทบด้านผู้บริโภค ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก โดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าจากทั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก และได้เข้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ ส่วนที่สอง ผลกระทบด้านเจ้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ทำการศึกษาถึงระดับของผลกระทบโดยวัดจากระดับของการปรับตัวด้านต่างๆ รวมถึงกลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก (ร้านโชห่วย) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รวบรวมข้อมูลช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2555

1.5 นิยามศัพท์

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ขายประมาณ 3,000-12,000 ตารางเมตร จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดจัดแบ่งเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าช่วยในระบบจัดการบริหาร และภายในพื้นที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น มีศูนย์อาหาร การศึกษานี้หมายถึง บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ แม็คโคร และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าโรบินสัน จังหวัดเชียงราย

ร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก หมายถึง ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มีสินค้าจำนวนไม่มากนักการจัดวางสินค้าตามความสะดวกของร้าน ตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือแหล่งที่อยู่อาศัยใกล้ชิดกับผู้บริโภค มีต้นทุนในการประกอบการต่ำ ระบบการจัดการและการบริหารเป็นแบบง่ายไม่ซับซ้อนเนื่องจากการดำเนินธุรกิจลักษณะของครอบครัวไม่มีแฟรนไชส์