บทคัดย่อ

172095

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย

ชื่อผู้เขียน นายวรวิทย์ วัฏฏะวุฒิสาร

ชื่อปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2548

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1.รองศาสตราจารย์เอื้อมพร วงศาโรจน์ ประธานกรรมการ

2.รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมาวาท

3.รองศาสตราจารย์บุญธรรม ราชรักษ์

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องต่อการดำรงชีวิต เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายนั้นเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกได้นำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ และรูปแบบร้านค้าก็ได้พัฒนาออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า (department store) ดิสเคานท์สโตร์ (discount store) ร้านสะดวกซื้อ (convenience store) ซูเปอร์มาร์เก็ต (supermarket) และร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสเปเชียลตี้ สโตร์ (specialty store) ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern retail trade) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมภายในประเทศ

ผู้ประกอบกิจการรายย่อยของไทยจึงต้องปรับตัวเพื่อให้ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ การศึกษาถึงกลยุทธ์และรูปแบบการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

การศึกษาครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกประเภท ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านดิสเคานท์สโตร์และร้านสะดวกซื้อ (2) ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของการประกอบธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบกิจการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แต่ละประเภท ซึ่งได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ดิสเคานท์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ

วิธีการศึกษาใช้วิธีการเชิงพรรณนา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกแต่ละประเภทซึ่งมีลักษณะของการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันนั้นมีผู้นำกลุ่มอย่างชัดเจน และธุรกิจได้มีการปรับตัวตามสภาวะเศรษฐกิจดังนี้

ห้างสรรพสินค้า เป็นร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ ภายในอาคารประกอบด้วยร้านค้าขนาดเล็กและบริการอื่น ๆ เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหารและคลินิก เป็นต้น ซึ่งการรวมร้านค้าหลากหลายชนิดเข้าไว้ในที่เดียวกันนั้นเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินกิจการทำให้เป็นธุรกิจที่มีผลประกอบการสูงที่สุด โดยมีกลุ่มเซ็นทรัลเป็นผู้นำในกลุ่มนี้

ดิสเคานท์สโตร์ เน้นการจำหน่ายสินค้าราคาถูกและการขยายสาขาเป็นหลัก โดยมีเทสโก้ โลตัสเป็นผู้นำกลุ่ม ซึ่งมีอัตราการขยายสาขาของธุรกิจทั่วประเทศที่รวดเร็ว แต่เนื่องจากพื้นที่ในแหล่งชุมชนนั้นมีจำกัด ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการขยายสาขาของดิสเคานท์สโตร์และห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นอาคารขนาดใหญ่

ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นร้านค้าขนาดกลางและมีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย เน้นการจำหน่ายสินค้าที่เป็นอาหารสด อาหารปรุงสำเร็จ ที่มีความสดใหม่และสะอาด โดยมีผู้นำกลุ่มคือ ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งตลาดกลุ่มนี้กำลังเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการมากขึ้น โดยมีเทสโก้ โลตัสและบิ๊กซีเป็นผู้ประกอบรายใหม่ที่เข้ามาร่วมในตลาดกลุ่มนี้

ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าที่มีขนาดเล็กและขยายสาขาด้วยระบบแฟรนไชส์ สามารถเข้าถึงแหล่งชุมชนและเป็นกลุ่มตลาดที่มีจำนวนสาขามากที่สุด ซึ่งเน้นที่ความสะดวกสบายและการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นผู้นำกลุ่ม

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ได้มีการปรับตัวตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อช่วยลดต้นทุนในการบริหารจัดการ การผลิตสินค้าเฮ้าส์แบรนด์เพื่อให้สินค้ามีราคาจำหน่ายที่ถูกลง การปรับตัวเปลี่ยนรูปแบบการค้า การขยายช่องทางการตลาดไปสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การออกบัตรเครดิตและบัตรสมาชิก เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและเพื่อยังคงดำรงอยู่ได้ในตลาดต่อไป

ABSTRACT

172095

Thesis Title A Comparative Study of the Modern Retail Trade in Thailand

Student's Name Mr. Vorawit Wattawudtisarn

Degree Sought Master of Economics

Academic Year 2005

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Euimporn Wongsaroj Chairperson
2. Assoc. Prof. Kanchana Tanmavad
3. Assoc. Prof. Boonthom Racharak

The retail trade exerts a major influence on people's lifestyle, because products in retail stores are useable in everyday life. Retail businesses have the best technology for management and have reorganized their businesses into numerous branches and various forms. Modern retail stores may be divided into four types: department stores, discount stores, supermarkets and convenience stores. These stores have continually developed and adapted to keep pace with the changing behavior of consumers.

The purposes of the research were to: (1) study market strategy in the modern retail trade (department, discount, convenience stores, and supermarkets), and (2) compare the competition and the characteristics of

modern retail businesses. This descriptive paper uses secondary data collected from both the public and private sectors.

The results show that each type of retail store has different characteristics and leadership styles. Department stores are large-scale stores and the Central group has market power over its competitors. The buildings, which house these department stores, have various shops and services such as cinemas, food centers and clinics that represent a business strategy aimed at maximum profit.

Discount stores are large-scale stores not unlike department stores, but have lower prices and sell general products. The strategy of these stores is to expand their chains throughout the country; however, the limited space available is an obstacle to expansion. Tesco Lotus has the most branches and is the leader in the market. These stores, like department stores, occupy large areas.

Supermarkets are intermediate stores that use various formations. These stores focus on fresh and instant foods. The market is highly competitive because Tesco Lotus and Big C, big names in discount stores, are new competitors in a market that was led by Tops Supermarket.

Convenience stores are small-scale stores that expand through a franchise system. More than fifty percent of all convenience stores in Thailand are 7-11 outlets. The stores are open 24 hours, seven days a week.

Modern retail stores reduce costs by using the newest technology, including e-commerce outlets. They increase profits by selling house brand

products. A variety of strategies are useful for those who wish to remain in the market.