

บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก

ความหมายของธุรกิจค้าปลีก

การค้าปลีก (retailing) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและหรือบริการที่มีคุณค่าส่งมอบให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (final consumer) เพื่อใช้ส่วนตัว ใช้ในครัวเรือน ไม่ได้ใช้ในทางธุรกิจ ด้วยการค้นหาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่หลากหลายแบ่งเป็นหน่วย ย่อยหรือที่ละหน่วยเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (ultimate consumer) โดยมีผู้ค้าปลีก (retailer) แสดงบทบาทเป็นคนกลางในการดำเนินกิจกรรมการค้าปลีก (วารุณี ตันติวงศ์วานิช, 2558)

ความหมายของธุรกิจค้าปลีก

การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้านั้นไปเพื่อการบริโภคของตนเอง และครอบครัว (สุณิสรา วิสัยรักษ์ และสุกัญญา ไชยชาณูการ, 2538)

การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นบุคคล ครอบครัว หรือไว้ใช้ในครัวเรือน ไม่ได้มีความหมายรวมถึงการนำไปไว้ใช้ในร้านค้า (Berman & Evans, 2004, p.3)

ความหมายของธุรกิจค้าปลีก

การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการ โดยเป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ขายให้แก่ผู้บริโภค เพื่อใช้ส่วนตัวหรือไว้ใช้ในครัวเรือน (Levy & Weitz, 2001)

ความสำคัญของธุรกิจค้าปลีก

1. ความสำคัญต่อผู้บริโภค

1.1 การค้าปลีกจะเป็นศูนย์รวมสินค้าจากผู้ผลิตหลายๆ ราย

1.2 ร้านค้าปลีกจะคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคและจัดสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในราคาที่ยุติธรรม

2. ความสำคัญต่อผู้ผลิตและพ่อค้าส่ง

2.1 จะหาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคให้กับผู้ผลิตและผู้ค้าส่งเพื่อที่จะผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการ และรสนิยมของผู้บริโภค

2.2 ทำหน้าที่เก็บรักษาสินค้าเพื่อรอการจำหน่าย

ความสำคัญของธุรกิจค้าปลีก

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

3.1 จำนวนร้านค้าปลีกมีมาก จึงเป็นแหล่งแรงงาน มีการจ้างงานขึ้น

3.2 ทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้นในรูปของภาษีอากร

3.3 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีความก้าวหน้าและมั่นคง

3.4 ทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรของประเทศ

4. ความสำคัญต่อสังคม

4.1 สร้างความเจริญให้กับชุมชน

4.2 ทำให้เกิดความก้าวหน้าทางวิทยาการเทคโนโลยี

วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีก

สมัยสุโขทัย การค้าขายและการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือสิ่งของ (barter system) ต่อกันนั้นมีมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี

สมัยกรุงศรีอยุธยา ศูนย์กลางการติดต่อคมนาคมที่สำคัญ พ่อค้าต่างชาติต่างเมืองหรือพ่อค้าจากหัวเมืองตะวันออกขายผ้าฝั้งทะเล จึงนำสินค้ามาขายโดยผ่านทางลำน้ำ 3 สายที่ไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำลพบุรี เมื่อชุมชนขยายใหญ่ขึ้น ความต้องการสินค้าเพิ่มสูงขึ้น จึงกลายมาเป็นร้านขายปลีกตามแหล่งชุมชน ซึ่งเรียกกันว่าเป็น “ตลาดการค้า”

วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีก

สมัยกรุงธนบุรี การค้าขายในสมัยกรุงธนบุรี เป็นเช่นเดียวกับการค้าขายในสมัยกรุงศรีอยุธยา คือ ค้าขายตั้งแต่ตอนเช้าพอสายก็เลิก จึงเป็นที่มาของคำว่า “ตลาดสายหยุด” พอตกบ่ายประมาณสามโมงเย็นก็จะกลับมาขายใหม่ และจะปิดตลาดเมื่อพลบค่ำ

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น การที่ตลาดการค้าพัฒนาจากหาบเร่แผงลอย และการค้าขายริมถนนสู่สถานที่ทำมาค้าขายเป็นตึก รามบ้านช่องทันสมัยเช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย

วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีก

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนกลาง ไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวให้ทันสมัยแบบตะวันตก อังกฤษได้ส่ง เซอร์ ยอห์น เบาว์ริง เข้ามาทำสนธิสัญญาทางพระราชไมตรีที่เรียกว่า “สนธิสัญญาเบาว์ริง” เป็นเหตุให้ต่างชาติเข้ามาทำมาค้าขายอย่างอิสระ ในสมัยนี้จึงมีชาวตะวันตกเข้ามาตั้งรกรากทำมาค้าขายด้วยการเปิดเป็นร้านค้าขายสินค้าเฉพาะอย่าง และเปิดห้างสรรพสินค้าเป็นจำนวนมาก

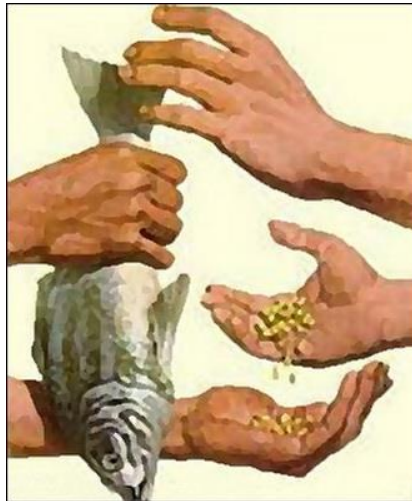
วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีก

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ยุคใหม่ ธุรกิจค้าปลีกของไทยได้เปลี่ยนจากยุคเก่าที่มีรูปแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน หรือเป็นธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กที่ดำเนินการในลักษณะธุรกิจครอบครัวที่มีเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท ที่เรียกว่า “ธุรกิจงี่” หรือ “ธุรกิจครอบครัว” มาสู่ยุคใหม่ที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในรูปแบบศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้า ในปัจจุบันการค้าปลีกได้ก้าวเข้าสู่ยุคโลกออนไลน์

รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (tradition trade)

1) การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน (barter system)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (tradition trade)
- 2) ตลาดสด (raw-food market)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (tradition trade)
- 3) หาบเร่/แผงลอย (peddler/stall)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (tradition trade)
- 4) ร้านขายของชำ (grocery store)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (tradition trade)
 - 5) กองคาราวานสินค้า (ตลาดนัด)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.1 ห้างสรรพสินค้า (department store)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.2 ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (discount store)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.3 ร้านสะดวกซื้อ (convenience store)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.4 ร้านค้าเฉพาะอย่าง (category killer)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.5 ซูเปอร์มาร์เก็ต (supermarket)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.6 เครือข่ายของโรงงาน (factory outlet)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)

2.7 ศูนย์การค้าชุมชน (community mall)



รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

3. ร้านค้าปลีกผ่านอินเทอร์เน็ต (internet retailing)

เทคนิคการบริหารธุรกิจค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ

1. คิดบวก เจ้าของกิจการต้องมีทัศนคติที่ดี และมีความเชื่อมั่นว่ากิจการที่กำลังทำเป็นธุรกิจที่มีอนาคต
2. การทำบัญชี และสต็อกสินค้า
3. การจัดระเบียบสินค้า ร้านค้าปลีกต้องให้ความสำคัญกับการจัดร้านด้วยการแบ่งหมวดหมู่ตามประเภทสินค้า
4. การคัดสรรสินค้า โดยทั่วไปจะเน้นขายสินค้าที่จำเป็นใช้ในชีวิตประจำวันทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าใหม่ที่โฆษณาตามสื่อต่างๆ
5. การสร้างความประทับใจแรก

เทคนิคการบริหารธุรกิจค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ

6. การสร้างชุมชน การทำให้ร้านค้ากลายเป็นแหล่งชุมชนที่คนทั่วไปต้องมาทำธุรกรรม
7. เขตปลอดฝุ่น
8. การติดตามราคาชัดเจน
9. การทำโปรโมชั่น
10. การต่อร่องซัพพลายเออร์
11. การติดตามข่าวสารจากการดูโฆษณา
12. การเลือกทำเลที่ตั้งที่ดี
13. การมีความพร้อมในการบริการ

แนวโน้มของธุรกิจการค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะดำเนินการในรูปแบบของศูนย์การค้า (shopping centers) มากขึ้น
2. ร้านค้าปลีกจะขยายสาขากระจายครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางขึ้น
3. การขยายตัวของระบบการให้สิทธิทางการค้า (franchise) จะเติบโตมากขึ้น
4. การปกป้องส่วนแบ่งการตลาดด้วยระบบสมาชิก (membership)
5. การให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (credit cards) มากขึ้น

แนวโน้มของธุรกิจการค้าปลีก

6. การนำระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic data interchange, EDI) มาใช้ในธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้น
7. การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบขายถึงบ้าน (home shopping)
8. การใช้เครื่องจักรอัตโนมัติช่วยในการขายสินค้า (vending machine)
9. มีการเพิ่มขึ้นของการค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า เช่น ขายทางคอมพิวเตอร์ ขายทางโทรศัพท์
10. ร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานธุรกิจค้าปลีกหลายประเภทเข้าด้วยกัน