

# บทที่ 1

## บทนำ

การจัดการโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจนั้น มีบทบาทสำคัญต่อการลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพของการผลิตสินค้าหรือบริการให้ดียิ่งขึ้น แต่ในการจัดการโซ่อุปทานนั้นมีความเกี่ยวข้องกับทั้งกับวิสาหกิจ คู่ค้า ลูกค้าและหน่วยงานธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง การนำแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของการพัฒนาวิสาหกิจค้าปลีกที่กำลังประสบปัญหากับการแข่งขันที่รุนแรง และถูกบีบคั้นจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นในบทนี้จึงได้แสดงภาพรวมของงานวิจัย ประสิทธิภาพเชิงกลยุทธ์ของการจัดการโซ่อุปทานที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของร้านค้าปลีก

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย เป็นหน่วยงานธุรกิจที่มีการกระจายตามภูมิภาคต่างๆ มีความเป็นมาที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตแบบไทย บทบาทของค้าปลีกหรือกิจการประเภทค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้น มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของไทยมานับแต่อดีต เป็นหน่วยงานธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับเจ้าของกิจการ นอกจากนั้นยังมีบทบาทที่สำคัญของโซ่อุปทานสินค้าอุปโภคบริโภคในการกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค และมีส่วนในการยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวไทยในทางอ้อม โดยการจำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภค ที่มีการผลิตจากโรงงานที่มีกระบวนการผลิตตามมาตรฐานที่กำหนด

นอกจากนั้นกิจกรรมทางธุรกิจของร้านค้าปลีกในชุมชน ยังพบว่ามีส่วนที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความสามารถซื้อของคนในชุมชน และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังมีบทบาทในการจัดหาสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย นำสินค้าหรือบริการมาจำหน่ายในท้องถิ่น มีบทบาทในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ และยังมีบทบาททางสังคม ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน โดยเป็นสถานที่ในการพบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่จุดจำหน่ายสินค้า

ในด้านเศรษฐกิจ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างงาน เนื่องจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทยนั้น มีรูปแบบการบริหารงานแบบเจ้าของกิจการคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ ทำให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ สร้างโอกาสทางอาชีพให้กับคนในชุมชน ที่ต้องการดำรงชีพด้วยอาชีพสุจริตในท้องถิ่นของตนเอง นอกจากนั้น

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังมีบทบาทต่อการเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย สินค้าของ คนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการรายเล็ก ที่ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ดิสเคาน์สโตร์ ห้างสรรพสินค้า

โอกาสของช่องทางการจัดจำหน่ายที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้สร้างให้กับสินค้า ของคนในท้องถิ่น มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการใน ชุมชน เช่น ผู้ประกอบการอาหาร ขนมขบเคี้ยว ขนมไทยและอื่นๆ ที่คนในชุมชนเป็นผู้ ผลิตและนำมาฝากจำหน่ายในร้านค้าปลีก ซึ่งสินค้านี้โดยส่วนใหญ่โอกาส ทางการขายที่จะนำสินค้าไปขายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าสมัยใหม่มีค่อนข้างน้อย เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายอย่างทั้งด้านบรรจภัณฑ์ กระบวนการผลิต การจัดส่งที่ยังไม่ คงที่สำหรับการส่งขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

นอกจากนั้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในชุมชน ยังมีลักษณะพิเศษที่ช่วยให้การ บริโภคสินค้าที่มีลักษณะพื้นฐานสำหรับคนในชุมชนได้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งสินค้าพื้นฐาน ที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีกแบบชุมชน มักจะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต ประจำวัน ของเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งมีสินค้าหลายรายการที่ไม่มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ และดิสเคาน์สโตร์

ปัจจุบันอิทธิพลทางการตลาดของดิสเคาน์สโตร์และร้านสะดวกซื้อที่มีสาขา จำนวนมาก ตัวอย่างเช่น เซเว่นอีเลฟเว่นซึ่งมีสาขาในกรุงเทพฯ จำนวน 1,960 สาขา ใน ต่างจังหวัดจำนวน 1,824 สาขาและมีกำไรสุทธิในปี 2549 1,332 ล้านบาท (7eleven, ม.ป.ป.)ซึ่งกำลังมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค เนื่องจากความได้เปรียบของการมีสินค้าที่มีหลายรายการ มีสินค้าเกือบทุกประเภท สินค้ามีราคาที่ถูกลงกว่า การใช้ส่วนผสมทางการตลาดทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัด จำหน่าย การส่งเสริมการขาย ที่ล้วนแล้วแต่มีความได้เปรียบร้านค้าปลีกหรือร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิมเกือบทั้งสิ้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่มีทางเลือกในการซื้อสินค้ามาก ขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีผลกระทบต่อยอดขายและการดำรงอยู่ของร้านค้าปลีกแบบ ดั้งเดิมที่มีเงินทุนจำกัด ที่ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับค้าปลีกรายใหญ่ได้ (ศูนย์ ประสานงานผู้ค้าปลีกและผู้ประกอบการอาชีพอิสระของคนไทย, ม.ป.ป.)

ปัจจุบันผู้ประกอบการค้าปลีกในท้องถิ่น ได้เริ่มตระหนักและเห็นความสำคัญของ ผลกระทบที่เกิดจากการขยายสาขาของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ โดยเริ่มมีการก่อ ตั้งกลุ่มเพื่อติดตามผลกระทบและต่อต้านการขยายสาขาดังเช่นการก่อตั้งกลุ่มคนรักภัย บ้านไร่ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องกิจการของคนในท้องถิ่นและหาแนวทางที่ทำให้ร้าน ค้าปลีกแบบดั้งเดิมในท้องถิ่น สามารถดำเนินกิจการได้โดยการจำกัดขยายตัวของห้างค้า

ปลีกขนาดใหญ่ (ศูนย์ประสานงานผู้ค้าปลีกและผู้ประกอบการอาชีพอิสระของคนไทย, ม.ป.ป.) นอกจากนั้นจากการให้สัมภาษณ์ของนาย ธนภณ ตั้งคณานันท์ ในหนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ (ฉบับที่ 2252 13 ก.ย. - 15 ก.ย. 2550) ได้แสดงความคิดเห็นต่อ พ.ร.บ. ค้าปลีกค้าส่งฉบับที่สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ประกาศจะหยิบมาใช้แทน ร่างพ.ร.บ. ค้าปลีกค้าส่งฯของกระทรวงพาณิชย์ว่าไม่มีการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกรายย่อย หรือโซวห่วยอย่างแท้จริง

ดังนั้นการพยายามหารูปแบบที่จะช่วยแก้ไขปัญหาลดและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงเป็นภาระหน้าที่ที่หลายๆ ฝ่ายจะต้องช่วยกันในการระดมระดม และพยายามหาช่องทางหรือรูปแบบ ที่จะทำให้ร้านค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และสามารถที่จะดำรงอยู่ในสังคมไทยต่อไป เพื่อผู้ประกอบการไทยมีรายได้หล่อเลี้ยงคนในครอบครัว ทำให้หน่วยเล็กๆ ในสังคมสามารถที่จะอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งการเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตโดยคนในชุมชนต่อไป

การศึกษารูปแบบหรือโมเดลของการจัดการโซ่อุปทานสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความทันสมัย ในการลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในทุกจุดของกระบวนการโซ่อุปทาน ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานที่ดีนั้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารงานในทุกๆ ภาคส่วนของอุตสาหกรรมที่ได้นำแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ ดังนั้นการนำแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาศึกษาในอุตสาหกรรมร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

### วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) ศึกษากิจกรรมการบริหารโซ่อุปทานของร้านค้าปลีก ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของกิจการ
- 2) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของร้านค้าปลีก ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

### 3. ประโยชน์ต่อภาครัฐ

- 3.1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผนในการให้การสนับสนุนกิจกรรมภายในโซ่อุปทานของร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกและวิสาหกิจที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อให้กิจกรรมภายในโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
- 3.2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลงานวิจัยนี้ ไปพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานของประเทศในภาพรวมได้

### นิยามศัพท์งานวิจัย

- 1) การจัดการโซ่อุปทานร้านค้าปลีก หมายถึง ความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางการค้า การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ คุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง
- 2) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่จำหน่ายสินค้าจำพวกอุปโภคบริโภคและมีลักษณะการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว
- 3) ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ที่มีความได้เปรียบในเชิงกลยุทธ์

### นิยามตัวแปร

- 1) พันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมที่มีความร่วมมือทางธุรกิจ ได้แก่ คู่ค้า หรือผู้ค้าส่ง
- 2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า หมายถึง กิจกรรมที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- 3) ระดับของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าในระหว่างธุรกิจ โดยระดับของการแลกเปลี่ยนหมายถึงความลึกซึ้งของข้อมูล และคุณภาพของข้อมูลที่มีการแลกเปลี่ยนกัน
- 4) คุณภาพของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่แลกเปลี่ยนในระหว่างธุรกิจนั้น มีประโยชน์ต่อการบริหารต้นทุน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว
- 5) ผลการดำเนินงานด้านการตลาด หมายถึง ขอบเขตตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม รวมทั้งผลกำไรต่อหน่วย

6) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง การบริหารเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### สรุป

บทนี้เป็นการกล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทย และ บทบาทที่มีต่อการบริโภครวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทย กำลังประสบปัญหาการขาดความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งแนวทางหนึ่งในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ การพัฒนาโซ่อุปทานที่มีอยู่ในวงจรธุรกิจ ให้ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

จากความสำคัญของการค้นหาความรู้ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาผลของการจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ที่มีต่อความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ หรือความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ รวมทั้งมีผลทางตรงและทางอ้อมผ่านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไปยังผลการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงิน ดังนั้นในบทนี้ผู้วิจัยจึงได้แสดงถึงภาพรวมของงานวิจัย ขอบเขตงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้ ซึ่งในบทต่อจากนี้ไปได้ดำเนินตามรูปแบบดังนี้ บทที่ 2 เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย บทที่ 4 การวิเคราะห์และผลลัพธ์ บทที่ 5 การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะงานวิจัย ข้อจำกัดงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต