

รายการ รอบรู้ธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ตอนที่ 49 เส้นทาง...อนาคตค้าปลีกก้าวไปในทิศทางใด
โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

เส้นทาง...อนาคตค้าปลีกก้าวไปในทิศทางใด

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก มีธุรกิจข้ามชาติเข้ามาเปิดกิจการค้าปลีกหลายรายและมีการแข่งขันกันสูงมาก จนกระทบถึงความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกของไทยเอง จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องศึกษา ติดตามและพยายามก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีก

กิจการค้าปลีกถือเป็นธุรกิจยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลของทุกประเทศจะต้องระมัดระวังไม่ให้ตกไปอยู่ในมือของต่างชาติ ดังมีคำกล่าวที่ว่า “ผู้ใดยึดค้าปลีกได้เท่ากับผู้นั้นยึดสังคม” สถานการณ์และอนาคตของธุรกิจค้าปลีกของไทยกำลังเป็นเรื่องที่น่าห่วงใย เพราะกฎหมายค้าปลีกไม่อาจพัฒนาตามทันวิวัฒนาการของการค้าปลีก จนทำให้ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติสามารถเข้ามายึดหัวหาดได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันมีห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ของต่างชาติกระจายตัวไปอยู่ในทำเลต่าง ๆ มากมาย และสามารถขายสินค้าได้ในราคาต่ำกว่าร้านค้าปลีกของไทยเพราะสั่งซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ ได้ ซึ่งในส่วนของห้างค้าส่ง (Wholesale Store) ยังไม่ได้สร้างผลกระทบต่อร้านค้าปลีกเท่าใดนักเพราะจะขายสินค้าเป็นแบบแพ็คเกจหลายชิ้น แต่ในส่วนของห้างที่ขายราคาถูกลง (Discount Store) จะสร้างผลกระทบต่อร้านค้าปลีกมากกว่า เพราะขายสินค้าเหมือนกับร้านค้าปลีกแต่ขายในราคาที่ต่ำกว่ามากพอควร โดยเฉพาะบรรดาร้านค้าโชวห่วยที่ได้รับผลกระทบตรงที่สุด จึงต้องมีการปรับตัวมากที่สุดด้วย เพราะนอกจากจะต้องแข่งกับห้างที่ขายราคาถูกลงแล้วยังจะต้องแข่งกับร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ที่เปิดกระจายอยู่ทั่วไปและกำลังจะเปิดเพิ่มตามปั้มน้ำมันอีก

ซึ่งสถานการณ์ของร้านค้าปลีกรายย่อยในต่างประเทศก็อยู่ในภาวะการณ์เช่นเดียวกับร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย ที่ตามเมืองขนาดใหญ่จะไม่มีร้านค้าปลีกรายย่อยหลงเหลืออยู่เพราะไม่สามารถแข่งขันได้ แต่ยังคงเหลืออยู่เป็นร้านค้าชุมชนในท้องถิ่นที่ขนาดตลาดไม่ใหญ่มากนัก ไม่คุ้มกับการลงทุนของร้านสะดวกซื้อหรือห้างขนาดใหญ่

ธุรกิจค้าปลีกของไทยในปัจจุบันอยู่ในรูปแบบหลากหลาย ประกอบด้วย ห้างค้าส่ง ห้างค้าปลีกที่ขายราคาถูกร้านสะดวกซื้อ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายสินค้าเฉพาะ เช่น เครื่องตกแต่งและวัสดุก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น และการค้าปลีกแบบขายตรงซึ่งอาจขายทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต ทางไปรษณีย์ ทางทีวี ใช้พนักงานขาย หรือใช้เครื่องอัตโนมัติ

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของไทยควรจะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง?

ประการแรกจะต้องทราบก่อนว่าคู่แข่งของร้านคือใคร? ซึ่งการจะไปแข่งกับห้างค้าปลีกที่ขายราคาถูกรกว่าคงไม่อาจทำได้ เพราะห้างฯ มีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า และมีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายกว่า คู่แข่งที่ร้านค้าปลีกรายย่อยพอจะแข่งขันได้คือร้านสะดวกซื้อ โดยเริ่มต้นด้วยการสร้างบรรยากาศภายในร้าน เช่น ไฟฟ้าแสงสว่าง การติดเครื่องปรับอากาศให้ความเย็น การใช้น้ำหอมปรับกลิ่น การใช้เสียงดนตรี การพัฒนาการแต่งตัวและอภยาศัยไมตรีของพนักงาน เป็นต้น

สิ่งต่อมาก็คือการเน้นในเรื่องบริการ พื้นที่สำหรับการอยู่อาศัยและการทำการค้าต้องแยกจากกันให้ชัดเจน ไม่นำมาปะปนกันจนดูไม่เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกที่ลูกค้าจะมาซื้อหาสินค้า และยังเสริมให้บรรยากาศของร้านดูดีขึ้นด้วย ขณะเดียวกันกิจกรรมของครอบครัวและร้านค้าก็ต้องแยกจากกันด้วยเช่นเดียวกัน การบริการของร้านต้องเป็นไปด้วยอภยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ ยินดีให้บริการทุกเวลา การแต่งกายด้วยเครื่องแบบของร้าน และเรื่องสำคัญที่สุดที่จะทำให้ร้านค้าสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ก็คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รู้จักทักทาย เอาใจใส่สอบถามความเป็นไปของคนในครอบครัวของลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นบุคคลสำคัญ เกิดความภูมิใจ สามารถจดจำและบอกกล่าวถึงสินค้าที่ลูกค้าชอบอยู่เสมอ หรือที่เรียกรวมกันว่า “Human Touch” ซึ่งร้านค้าสะดวกซื้อไม่อาจทำเช่นนี้ได้
