

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเปิดเสรีทางการค้าและบริการของประเทศไทย หลังจากผลกระทบวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี 2540 ในการประชุม GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) รอบอุรุกวัย รวมกับการขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ทำให้ได้มีการแก้ไขและปรับปรุงกฎหมาย ปว.281 ด้วยการเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้าดำเนินการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในประเทศได้สะดวกยิ่งขึ้น (อภิวัดน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, 2545, น.152)¹

การแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย รูปแบบดิสเคาน์สโตร์หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต (Discount Store/Hypermarket) เช่น เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus), บิ๊กซี (Big C) และคาร์ฟูร์ (Carrefour) ด้วยการเร่งขยายสาขา การขายสินค้าราคาต่ำ และนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการทำธุรกิจแบบใหม่มากขึ้น อาทิ การใช้คอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต (Internet) ในการบริหารจัดการ การจัดการทางด้านขนส่ง (Logistics) มาใช้มากขึ้น และการจัดการเกี่ยวกับสินค้าคงคลังผ่านศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center : DC)

ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้ากับผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทย มีศักยภาพเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนต่างชาติในการที่จะร่วมลงทุนด้วย โดยเฉพาะกลุ่มดิสเคาน์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ดำเนินงานจำเป็นต้องขยายสาขาให้ได้จำนวนมาก เพื่อบริหารต้นทุนให้ต่ำลง การที่มูลค่าการลงทุนที่สูงประกอบกับผู้ประกอบการไทยไม่สามารถขยายตัวได้ เนื่องจากประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน จึงเป็นโอกาสของนักลงทุนต่างประเทศจะเข้ามาเจรจาได้ง่ายและเร็วขึ้น อาทิเช่น กลุ่มซีพี โดยนายธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของซีพี กล่าวในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจว่า ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่จะมีการลงทุนสูงมากขึ้นและในระยะยาวเครือข่ายซีพีไม่อาจต่อสู้กับธุรกิจค้าปลีกต่างชาติได้ เนื่องจากต่างชาติมีความพร้อมทางการเงินที่

¹ อภิวัดน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, 6 อภิมหาอาณาจักร ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่ง (กรุงเทพมหานคร: ฟิงตัน, 2537), น. 152.

แข็งแกร่งและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้นหากซีพีเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกในเครือไม่สามารถต่อสู้กับต่างประเทศได้ก็มีแนวโน้มที่จะขายกิจการอื่น ๆ ออกไปในช่วงที่ยังขายกิจการได้ราคาที่ดี

นอกจากนี้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการค้าปลีกจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ของไทย ทั้งกลุ่มเซ็นทรัลรีเทล กลุ่มซีพี และกลุ่มเดอะมอลล์ พยายามใช้กลยุทธ์การบริหารงานเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ โดยการให้ความสำคัญกับระบบ Efficient Consumer Response (ECR) มากขึ้น เพื่อนำสินค้าที่มีคุณภาพและราคาถูกลงมาสู่ผู้บริโภค รวมทั้งการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงาน การสั่งซื้อสินค้า การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า เพื่อลดต้นทุนสินค้าและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์²

สำหรับธุรกิจค้าปลีกรูปแบบแคตทากอร์รี่ คิลเลอร์ (Category Killer) ด้านวัสดุก่อสร้างจากต่างชาติได้แก่ โฮม ดีโป (Home Depot) และ บีแอนด์คิว (B&Q) ที่มาลงทุนขยายสาขาในแถบทวีปเอเชีย ได้แก่ ประเทศจีน และ ไต้หวัน และพบว่า บีแอนด์คิว (B&Q) สนใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทยด้วย โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรูปแบบแคตทากอร์รี่ คิลเลอร์ (Category Killer) ด้านวัสดุก่อสร้างในประเทศไทยเอง ได้แก่ โฮมโปร (HomePro) โฮมเวิร์ค (Homework) และ โฮมมาร์ท (HomeMart) มีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากการเข้ามาลงทุนจากผู้ประกอบการต่างชาติที่มีความแข็งแกร่งทางการเงิน และเทคโนโลยี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภค
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับความสนใจในการไปใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้างต่างชาติ

² ซี เอ อินเทอร์เน็ต เนล อินฟอเมชัน บจ., โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (กรุงเทพมหานคร: 2542), น. 67-68.

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาถึงผู้บริโภคที่มีความสนใจในการไปใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้างต่างชาติ และ ปัจจัยต่าง ๆ ในการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง ส่วนนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสอบถาม กลุ่มจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการวิจัย

1. ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเป็นช่วงที่สั้นเกินไป ทำให้อาจได้ข้อมูลไม่ครอบคลุม ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคตลอดทั้งปี
2. ข้อมูลจากแบบสอบถามอาจบิดเบือนจากความเป็นจริง เนื่องจากผู้บริโภคปิดบัง เช่น ข้อมูลรายได้ เป็นต้น
3. กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการประชากร เป็นวิธีเฉพาะเจาะจง จากการให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการด้านวัสดุก่อสร้างในประเทศ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง
2. ทราบลักษณะกลุ่มลูกค้าที่สนใจไปใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้างต่างชาติ

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

แคตทากอรี คิลเลอร์

คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะสายผลิตภัณฑ์เดียว แต่มีความหลากหลายยี่ห้อ คุณภาพ ขนาด และสีให้เลือกได้มาก จำหน่ายสินค้าที่ราคาถูก กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่สนใจสินค้าเฉพาะด้าน ตัวอย่างร้านค้าประเภทนี้ เช่น พาวเวอร์บาย ออฟฟิศดีไป ชูเปอร์สปอร์ต และ โสมโปร เป็นต้น

ห้างวัสดุก่อสร้าง

คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับบ้าน เกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง ตัวอย่างสินค้าที่ขาย เช่น สินค้ากลุ่มไฟฟ้า ประปา อุปกรณ์ช่าง เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้า ตกแต่งบ้าน เป็นต้น

Do It Yourself (DIY)

คือ ลักษณะพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่ต้องการติดตั้งสินค้าที่ซื้อด้วยตัวเอง

Buy It Yourself (BIY)

คือ ลักษณะพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่ซื้อสินค้าแล้วมอบหมายให้ช่างผู้เชี่ยวชาญติดตั้งให้

Everyday low price (EDLP)

คือ การขายสินค้าตัวที่กำหนด ในราคาต่ำทุกวัน

ผู้มีวิชาชีพเกี่ยวกับบ้าน

คือ ผู้ที่ทำงานทางด้านวิศวกรอาคาร, สถาปนิก, มัณฑนากร, ช่างผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ

ชำนาญการหอสมุด