

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกประเภทศูนย์การค้าภายในประเทศไทย ในอดีตที่ผ่านมา มีลักษณะเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในเขตใจกลางเมืองซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจ รวมทั้งตั้งอยู่ในเขตชานเมืองที่มีประชากรหนาแน่น โดยมีชื่อเรียกเป็นที่เข้าใจตรงกันว่า “ห้างสรรพสินค้า” (ซึ่งมีหลายลักษณะ ได้แก่ ซูเปอร์สโตร์ ดิสเคาท์สโตร์ คอนวีเนียนสโตร์ แคตตาล็อกรีเทลเลอร์ เป็นต้น) โดยธุรกิจค้าปลีกดังกล่าวนี้จำเป็นต้องอาศัยการลงทุนที่สูงในการสร้างโครงการ ตั้งแต่เรื่องการจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับโครงการ ค่าใช้จ่ายของโครงการในส่วนต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจด้านธุรกิจค้าปลีกจำเป็นต้องมีงบประมาณจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันศูนย์การค้าขนาดใหญ่เริ่มมีอัตราการเติบโตน้อย เนื่องจากพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงและที่ดินขนาดใหญ่เริ่มลดน้อยลง การลงทุนสูงเป็นปัจจัยเสี่ยงทางธุรกิจต่อผู้ประกอบการ ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มนิยมการซื้อสินค้าไม่ไกลจากที่พักอาศัย ทำให้ศูนย์การค้าปรับขนาดและรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างจากเดิม เกิดเป็นศูนย์การค้าขนาดเล็ก เช่น ศูนย์การค้าในละแวกบ้านและศูนย์การค้าชุมชน ลักษณะที่ตั้งของศูนย์การค้าประเภทนี้จึงกระจายอยู่ตามชุมชนเมือง หรือโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากขึ้น ทั้งร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านหนังสือ รวมทั้งร้านเพื่อความบันเทิง เพื่อตอบสนองกับผู้อยู่อาศัยบริเวณ 3-5 กิโลเมตรห่างจากศูนย์การค้า ดังนั้นในปัจจุบันศูนย์การค้าประเภทนี้จึงเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะที่เป็นโครงการศูนย์การค้าขนาดเล็กหรือที่เรียกว่าศูนย์การค้าชุมชน

จากการศึกษา “ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน” ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 เน้นถึงการปรับโครงสร้างการผลิตให้เศรษฐกิจภายในประเทศที่มาจากวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีฐานการผลิตที่ใหญ่ขึ้นและเข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดความแตกต่างทางด้านธุรกิจบริการมากขึ้น หนึ่งในธุรกิจดังกล่าวนี้ก็คือธุรกิจค้าปลีก เช่น สหกรณ์ผู้บริโภค การสร้างกลุ่มอาชีพ และร้านค้าชุมชน เมื่อเปรียบเทียบความหมายของร้านค้าชุมชนจากยุทธศาสตร์ฯ กับศูนย์การค้าชุมชนที่เกิดขึ้นโดยภาคเอกชนมีความหมายที่ต่างกันดังนี้ กล่าวคือศูนย์การค้าชุมชนสามารถตอบสนองเพียงความต้องการในการดำเนินชีวิตของชุมชนที่สอดคล้องกับธุรกิจเพื่อเน้นถึงผลกำไร แต่สำหรับร้านค้า

ชุมชนจากยุทธศาสตร์ฯ ได้กล่าวว่าเป็นร้านค้าปลีกที่สามารถพัฒนาชุมชนได้ด้วย โดยมีจุดเน้นที่ “คน” ในลักษณะที่กำหนดให้คน เป็นศูนย์กลาง เกิดขึ้นโดยชุมชนในพื้นที่รวมกลุ่มกันและต้องการมีร้านค้าปลีกที่มีเพื่อจำหน่ายสินค้าสำหรับสมาชิก โดยกำไรจะไหลเวียนอยู่ในชุมชน และเป็นที่มาในรูปของแนวคิด “โครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน” ที่ภาคธุรกิจร่วมลงทุนในเรื่องการจัดการที่ดิน และมีภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ สำหรับการวิจัยนี้เป็นการวิจัยร่วมกับบริษัทเอกชนโดยบริษัทได้กำหนดพื้นที่เพื่อศึกษาในการสร้างโครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน คือ พื้นที่ในตำบลคลองสวน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

จากนัยข้างต้น ได้นำมาสู่ความจำเป็นสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ภายใต้คำถามการวิจัยที่ว่า “โครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน ภายใต้ยุทธศาสตร์ ดังกล่าวจะสามารถเกิดขึ้นได้เป็นรูปธรรม ควรจะมีลักษณะทางกายภาพและการบริหารจัดการอย่างไร” ภายใต้หัวข้อการวิจัย การออกแบบและการบริหารจัดการเชิงกายภาพโครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชนภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืน

1.2 คำถามวิจัย

โครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน ภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 จะสามารถเกิดขึ้นได้เป็นรูปธรรม ควรจะมีลักษณะทางกายภาพและการบริหารจัดการอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) วิเคราะห์นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
- 2) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของพื้นที่ที่สามารถสร้างศูนย์รวมร้านค้าชุมชนภายในเขต ปริมาณพล
- 3) สำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติภาคประชาชนเกี่ยวกับความต้องการทางกายภาพและความ ต้องการมีส่วนร่วมในระบบบริหารของศูนย์รวมร้านค้าชุมชน
- 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลจากข้อ 1-4 เพื่อสรุปเป็นรูปแบบศูนย์รวมร้านค้าชุมชน

5) เสนอแนวทางการการออกแบบและการบริหารจัดการเชิงกายภาพของศูนย์รวมร้านค้าชุมชนภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบโครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน มุ่งเน้นนโยบายที่ได้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
- 2) แนวคิดของศูนย์รวมร้านค้าชุมชนเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบทางกายภาพและระบบบริหารโครงการเน้นแนวคิดเกี่ยวกับร้านค้าปลีกของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเน้นแนวคิดของ Horace Carpenter Jr. (1978) และ Jame R. DeLisle (2007)
- 3) การสำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติภาคประชาชนด้านความต้องการทางกายภาพ และระบบบริหารของศูนย์รวมร้านค้าชุมชน เน้นการผสมผสานทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบศูนย์การค้ากับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารร้านค้าปลีกเป็นสำคัญ

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

เนื่องจากเขตอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นเขตชานเมืองที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดสมุทรปราการ ที่อยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่ดังกล่าว มีลักษณะเป็นหมู่บ้านจัดสรร ที่จังหวัดสมุทรปราการผลักดันให้มีการพัฒนาให้มีสภาพการณ์เป็นชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการส่งเสริมให้ชุมชนเข้าร่วมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้ยดังกล่าว นำมาซึ่งเหตุผลในการเลือกพื้นที่สำหรับธุรกิจค้าปลีกสำหรับชุมชนในโครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน

ดังนั้น พื้นที่ศึกษาเบื้องต้น เมื่อเปรียบเทียบเบื้องต้นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค สามารถกำหนดพื้นที่ที่มีศักยภาพได้ จำนวน 5 พื้นที่ ได้แก่ ตำบลในคลองบางปลากด ตำบลปากคลองบางปลากด ตำบลนาเกลือ ตำบลแหลมฟ้าผ่า และตำบลบ้านคลองสวน โดยในการวิจัยผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษา 1 พื้นที่ คือ พื้นที่ตำบลบ้านคลองสวน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มอาชีพหลักของชุมชน คือ การเลี้ยงกุ้ง เลี้ยงปลาและการทำสวน โดยการค้าขายของคนในชุมชนมักพบอยู่ตามริมถนนและยังไม่มีร้านค้าชุมชน จึงมีคุณลักษณะเอื้อต่อการพัฒนามากที่สุด

1.5 สมมติฐานการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายรัฐ ทัศนคติของประชาชนในเรื่องกายภาพและการบริหารจัดการ เป็นตัวกำหนดรูปแบบการจัดการกายภาพของศูนย์รวมร้านค้าชุมชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

- 1) ได้รูปแบบการออกแบบและเทคนิคการบริหารจัดการด้านสถาปัตยกรรมของศูนย์รวมร้านค้าชุมชน
- 2) ได้ต้นแบบเชิงกายภาพของศูนย์รวมร้านค้าชุมชนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับโครงการศูนย์การค้าขนาดเล็ก
- 3) ชุมชนที่อยู่บริเวณโครงการศูนย์รวมร้านค้าชุมชน ได้พื้นที่ที่สามารถใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการค้า และทางสังคมร่วมกัน

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

“ศูนย์รวมร้านค้าชุมชน” หมายถึง พื้นที่ที่เป็นแหล่งรวมที่ประกอบด้วยร้านค้าที่ขายสินค้าเกษตรกรรมซึ่งผลิตจากชุมชนเป็นร้านค้าหลัก และส่วนที่แบ่งเช่าให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเช่าได้ในราคาถูกรวมทั้งเป็นพื้นที่เพื่อสันหนากการ พื้นที่สาธารณะ พื้นที่ทางสังคมของคนในชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดลักษณะทางกายภาพและระบบบริหาร

“ทำเลที่ตั้ง” หมายถึง แหล่งที่สามารถประกอบกิจกรรมเชิงธุรกิจได้ โดยพิจารณาถึงกำไร ค่าใช้จ่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า และปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการเลือกเพื่อความเหมาะสมกับสินค้าประเภทนั้น ๆ

“สถานที่ตั้ง” หมายถึง จุดที่เฉพาะเจาะจงของที่ตั้งโครงการโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับเลขที่ ถนน แขวง เขตของที่ตั้ง

“ย่านการค้า” หมายถึง อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่อยู่อาศัยนิยมไปเพื่อซื้อสินค้าและบริการ

“การบริหารจัดการเชิงกายภาพ” หมายถึง การกำหนดลักษณะเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง สถานที่ตั้ง การจัดผัง หลักการพิจารณาในการออกแบบ รูปแบบภายนอกอาคาร

“ระบบบริหาร” หมายถึง ลักษณะขององค์กรและการดำเนินงานของศูนย์รวมร้านค้า
ชุมชน

“ความเป็นไปได้ทางการตลาดของพื้นที่” หมายถึง การศึกษาพื้นที่ศึกษาโดยใช้เทคนิค
SWOT เพื่อแสดงศักยภาพของพื้นที่ศึกษาสำหรับการค้าปลีกและเสนอการลดข้อบกพร่องของ
พื้นที่ศึกษา



สำนักหอสมุด