

แนวทางสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดนครปฐม

Means for Success of the Small Business Entrepreneurs of the Convenience Stores in Nakhon Pathom Thailand

ดร. ไพรัช มากกาญจนกุล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

pairachma@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จ อุปสรรค และความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมร้านสะดวกซื้อในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาร้านสะดวกซื้อ เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการที่สมัครใจจำนวน 5 ราย ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและลูกค้า 64 ราย ใช้แบบสัมภาษณ์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยสู่ความสำเร็จคือ ภูมิหลังของผู้ประกอบการ การเริ่มต้นธุรกิจ การจัดการด้านต่าง ๆ ส่วนอุปสรรคในการประกอบธุรกิจคือ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ขนาดใหญ่และขนาดเล็กและความนิยมของเด็กรุ่นใหม่ สำหรับความต้องการสนับสนุนคือ ให้รัฐบาลลดภาษี ออกกฎหมายค่าปลีก 2) แนวทางเพื่อพัฒนาร้านสะดวกซื้อคือ เตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ รับผิดชอบต่อสังคมที่มีจิตบริการ มีความสุขในการทำงาน จัดร้านให้ซื้อสินค้าสะดวก สินค้าครบตามความต้องการ คุณภาพดี ซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ จัดสรรเงินให้พอแก่การดำเนินงานและหาพันธมิตรเพื่อให้สินเชื่อแก่ลูกค้า

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ การพัฒนาร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจขนาดย่อม ผู้ประกอบการ นครปฐม

Abstract

This research purposes were to :1) study factors for success obstacles and needs of the small business entrepreneurs of the convenience stores. 2) find means for the development of stores. A case study qualitative research by using in-depth interview for 5 volunteer entrepreneurs 5 volunteer entrepreneurs, and using interview for 64 customers with content analysis was conducted. The research findings were : 1) factors for success were entrepreneurs' back-ground , starting of enterprise , and functional management. While obstacles were depression , expansion of small and big modern trading stores, and in style of teenagers. The needs for support were to decrease tax, and to establish the retailing act. 2) means for the development of convenience stores were to : prepare potentials for starting an enterprise, train staffs has service mind and happy on working, assort goods easily to take, provide quality goods perfectly, purchase goods by credit, good financial management, and to join alliance for support customers' credit

Keyword: Success Factors, Development of Convenience Stores, Small Business, Entrepreneurship, Nakhon Pathom

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการจ้างงานที่มีสัดส่วนเท่า ๆ กับการจ้างงานของกิจการขนาดใหญ่ในทุก ๆ ประเทศ^[1]

สำหรับการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อมรูปแบบหนึ่ง นายกสมวาทธุรกิจเฟรนไชส์และเอสเอ็มอีไทย กล่าวว่าร้านสะดวกซื้อในประเทศไทยสามารถเปิดให้บริการได้ถึง 75,000 ร้านค้า^[2] ซึ่งยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก ในขณะที่เดียวกันการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นกัน ทำให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น จึงทำให้มีการศึกษาคิดค้นหาวิธีการแข่งขันและดำเนินธุรกิจด้วยวิธีการต่าง ๆ มากขึ้น วิธีการดำเนินธุรกิจที่ดีอีกวิธีหนึ่งคือ การเรียนรู้จากผู้ประสบความสำเร็จด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้วิจัยเรื่องนี้ขึ้น

1.2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จพบว่าร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการเป็นบุตรคนโต^[3] ผู้ประกอบการที่มีความต้องการในการทำธุรกิจไม่ได้เริ่มทำธุรกิจในพื้นที่ แต่จะใช้เวลาสะสมข้อมูล เรียนรู้หาประสบการณ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ก่อน การจัดหาเงินทุนของผู้ประกอบการใหม่บางรายจัดหามาจากสถาบันการเงิน^[4] แต่ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองและครอบครัวในการเริ่มต้นกิจการคิดเป็นร้อยละ 80.4^[5] บุคลิกของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมีความยึดมั่น มีความเชื่อมั่น มีความสามารถในการตัดสินใจ มีความอดทน มีความรับผิดชอบ กระตือรือร้นและมีความซื่อสัตย์^[6] นอกจากนี้ การศึกษาของผู้ประกอบการและพนักงานมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน^[7]

สำหรับร้านสะดวกซื้อที่ประสบความสำเร็จ มีการจัดการด้านต่างๆคือ อบรมให้พนักงานทำงานดี พนักงานทำงานดีเสียงตอบรับจากลูกค้าจะดี โดยการพยายามทำให้พนักงาน

ทำงานอย่างมีความสุขอย่างแท้จริง^[8] พนักงานที่มีจิตใจบริการดี ย่อมยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับลูกค้าดี การบริการลูกค้าดี ขอดขายย่อมดีขึ้นด้วย^[9] การเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องอยู่ใกล้ชุมชนสามารถให้บริการได้สะดวกตลอด 24 ชั่วโมง^[10] ให้จัดรายการสินค้าที่มีการแข่งขันครบตามความต้องการของลูกค้า^[11] การกระจายสินค้าแก่ลูกค้าให้รวดเร็วรวดเร็ว สดใหม่ คุณภาพดีปลอดภัยและมีข้อมูลที่ทันสมัย^[12] การส่งเสริมการขายที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น การลดแลกแจกแถมเป็นการกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ^[13] ในขณะเดียวกันการจัดการบริการสินเชื่อเพื่อความคล่องตัวทางการเงินของลูกค้า^[14] นอกจากนั้น การใช้กลยุทธ์การบอกปากต่อปากซึ่งเป็นการเล่าสิ่งดี ๆ ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และกระตุ้นให้เกิดการอยากรู้อยากเห็น จึงเกิดการซื้อหรือใช้บริการ^[15] ความสำเร็จของการประกอบการวัดด้วยดัชนีทางการเงิน 3 ประการคือ การบรรลุดจุดคุ้มทุน การครอบคลุมค่าใช้จ่ายการดำรงชีวิตและการมีกำไร^[16] หรืออาจใช้ตัววัดอื่นก็ได้ก็ได้คือ กระแสหมุนเวียนเป็นบวกรายได้เพิ่มและมีกำไร^[17] อุปสรรคของร้านสะดวกซื้อคือร้านค้ามีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถจัดสินค้าได้ครบทุกยี่ห้อ ทุกสายผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคนิยมพาเด็กไปซื้อสินค้า ตามห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้เด็กเกิดเป็นความเคยชินเมื่อเป็นผู้ใหญ่ แนวทางในการแก้ไขอุปสรรคของร้านค้าปลีก โดยให้รัฐบาลออกกฎหมายควบคุมร้านค้าปลีก^[18] โดยการจัดเขตสำหรับที่ตั้งห้างค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ การอนุรักษ์อาชีพท้องถิ่น เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จ อุปสรรค และความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมร้านสะดวกซื้อในจังหวัดนครปฐม

2. เพื่อศึกษาหาแนวทางเพื่อพัฒนาร้านสะดวกซื้อ

3.ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยกรณีศึกษา ใช้แบบ สัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการ และแบบสัมภาษณ์ สำหรับลูกค้า ซึ่งมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ซึ่งไม่คุ้นเคย อัตราการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างต่ำ มาก^{[19],[20]} ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการโดยตรง (ethnography) สืบค้นอย่างละเอียด (probe) และเป็นผู้สังเกต แบบมีส่วนร่วม (participant-observer) เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ ได้มากที่สุด

3.1 ประชากร เจ้าของกิจการขนาดย่อมร้านสะดวกซื้อ (กิจการที่มีพนักงานตั้งแต่ 3 – 15 คน) รวบรวมจากสำนักงาน บริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจ หมวดการค้าปลีกสินค้า ทัวไปหรือห้างสรรพสินค้าที่เป็นนิติบุคคลในจังหวัดนครปฐม จำนวน 9 ราย^[21] และสถิติร้านค้าปลีกงานทะเบียนพาณิชย์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐมจำนวน 58 ราย^[22]

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการที่สมัครใจจำนวน 5 รายโดยคัดเลือกจากร้านที่มีอายุกิจการตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไปซึ่งเป็น ร้านที่ประสบความสำเร็จ^[23] การวิจัยเป็นแบบกรณีศึกษา โดยทั่วไปเริ่มต้นจำนวนที่ 2 ตัวอย่างเพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ความแตกต่างและความเหมือน^[24] จำนวนตัวอย่างอาจเพิ่มขึ้น ได้เรื่อย ๆ เพื่อให้มีความอิ่มตัวของข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง^[25] และลูกค้า 64 ราย

3.3 เครื่องมือการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและ แบบสัมภาษณ์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา

4.ผลการวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ข้อมูลผู้ประกอบการ

กิจการ ก. เป็นบุตรชายคนโต อายุ 38 ปี จบปริญญาตรี บิดา มารดาเป็นเกษตรกร มีพี่น้อง 3 คน สภาพวัยเด็กปานกลาง เคย ทำงานอยู่ร้านสะดวกซื้อแบบแฟรนไชส์ 11 ปี ดำเนินกิจการ มาแล้ว 7 ปี

กิจการ ข. เป็นบุตรชายลูกคนเดียว อายุ 27 ปี จบนิติศาสตร์ ดำเนินกิจการต่อบิดา สภาพวัยเด็กดี เคยช่วยค้าขายมาตั้งแต่ เด็ก ดำเนินกิจการมาแล้ว 24 ปี

กิจการ ค. เป็นชายเป็นบุตรคนที่ 5 มีพี่น้อง 8 คน มีบุตรสาว 2 คน สภาพวัยเด็กดี เคยช่วยบิดามารดาค้าขายมาก่อน ดำเนิน กิจการมาแล้ว 17 ปี

กิจการ ง. เป็นบุตรสาวคนโต อายุ 54 ปี จบ ป. 6 มีบุตรชาย 1 คน บุตรสาว 1 คน สภาพตอนเด็กปานกลาง เคยช่วยบิดามารดา ค้าขายมาก่อน ดำเนินกิจการมาแล้ว 10 ปี

กิจการ จ. เป็นหญิง เป็นบุตรคนที่ 2 จบ ปวช. มีบุตรสาว 2 คน สภาพวัยเด็กปานกลาง เคยช่วยบิดามารดาค้าขายมาก่อน ดำเนินกิจการมาแล้ว 16 ปี

การเริ่มต้นธุรกิจ

กิจการ ก. เลือกสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เลือกทำเลอยู่ริม ถนนใหญ่ ใกล้ชุมชน ใช้เงินสะสมและเงินกู้ในการเริ่มธุรกิจ

กิจการ ข. เลือกสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เลือกทำเลใกล้ ชุมชน ใช้เงินสะสมในการเริ่มต้นธุรกิจ

กิจการ ค. เลือกสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันและสินค้าที่ลูกค้า ถามหาบ่อยๆ เลือกทำเลใกล้ชุมชนมีหอพัก ใช้เงินสะสมในการ เริ่มต้นธุรกิจ

กิจการ ง. เลือกสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เลือกทำเลใน ชุมชน ติดต่อจตุระเขยนพาณิชย์ บริษัทจัดส่งสินค้า ใช้เงิน สะสมในการเริ่มต้นธุรกิจ

กิจการ จ. เหตุจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจเนื่องจากอยากหารายเลือกสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เลือกทำเลอซูริมถนนใหญ่ ใกล้ชุมชน ติดต่อจดทะเบียนพาณิชย์และบริษัทจัดส่งสินค้า ใช้เงินสะสมในการเริ่มต้นธุรกิจ

การจัดการด้านพนักงาน

กิจการ ก. มีพนักงาน 11 คน ทำงานกะละ 3 คน รับพนักงานในพื้นที่ พนักงานประจำจ่ายเป็นเงินเดือนที่เหมาะสม ส่วนพนักงานชั่วคราวจ่ายเป็นค่าจ้างรายชั่วโมง การพัฒนาพนักงานส่งพนักงานไปอบรมที่ศูนย์ฝึกอบรมของบริษัท

กิจการ ค. ใช้สมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 คน ได้รับความรู้จากบิดามารดา ใช้จ่ายภายในครอบครัวแบบพอเพียง

กิจการ ค. มีพนักงานประจำ 2 คน สมาชิกในครอบครัว 4 คน รวมเป็น 6 คน รับพนักงานมาจากต่างจังหวัดจัดที่พักและอาหารให้ มีการสอนงาน ให้ศึกษาต่อ มีโบนัส

กิจการ ง. ใช้สมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 คน ได้รับความรู้จากบิดามารดา ใช้จ่ายภายในครอบครัวแบบพอเพียง

กิจการ จ. มีพนักงานประจำ 1 คน สมาชิกในครอบครัว 4 คน รวมเป็น 5 คน รับพนักงานจากคนในพื้นที่ จ่ายเงินเอนที่เหมาะสม มีโบนัส ในช่วงเทศกาลมีการจ้างพนักงานชั่วคราวเพิ่ม

การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน

กิจการ ก. บริษัทเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้ ใช้อุปกรณ์ทันสมัย มีการตรวจสอบคุณภาพทุกสัปดาห์ จัดประชุมพนักงานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เปิดดำเนินการกิจการตลอด 24 ชั่วโมง

กิจการ ข. จัดซื้อสินค้าจากยี่ปั้ว รถจัดส่งสินค้า มีการใช้เครื่องเก็บเงินและกล้องวงจรปิด ตรวจสอบสินค้าให้ใหม่สดเสมอ เปิดตั้งแต่ 5.00 – 22.00 น.

กิจการ ค. จัดซื้อสินค้าจากรถจัดส่งสินค้า ถ้าเป็นอาหารแห้งอาหารสดจะจัดหาเอง มีการใช้กล้องวงจรปิดและอุปกรณ์อื่น ๆ ตรวจสอบสินค้าให้สดใหม่เสมอ เปิดตั้งแต่ 6.00 – 22.00 น.

กิจการ ง. จัดซื้อสินค้าจากรถจัดส่งสินค้า มีการตรวจสินค้าให้ใหม่เสมอ รักษาภายในร้านให้สะอาด น้ำอัดลมและเบียร์จะแช่เป็นวันเสมอ พยายามป้องกันของหาย เปิดตั้งแต่ 6.00 -22.00 น.

กิจการ จ. จัดซื้อสินค้าจากรถส่งสินค้า สินค้าบางอย่างจัดหาเอง ใช้เครื่องเก็บเงินและกล้องวงจรปิด มีการตรวจสอบสินค้าให้ใหม่เสมอ จัดสินค้าให้เพียงพอ ผู้ประกอบการมีการหาความรู้เพิ่มเติม เปิดตั้งแต่ 6.00 – 22.00 น.

การจัดการด้านการตลาด

กิจการ ก. จำหน่ายสินค้าบริโภคอุปโภค การตั้งราคาเป็นราคาปกติ การหาลูกค้าใหม่ด้วยการโฆษณาทางโทรทัศน์ การรักษาลูกค้าเก่าโดยการแจกแถมเป็นประจำ

กิจการ ข. จำหน่ายสินค้าบริโภคอุปโภค ตั้งราคาต่ำกว่าราคาที่กำหนด หาลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อ การรักษาลูกค้าเก่าด้วยการแจกของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ

กิจการ ค. จำหน่ายสินค้าบริโภคอุปโภค ตั้งราคาต่ำกว่าราคาที่กำหนด พยายามให้ลูกค้าจำชื่อร้านได้ มีการส่งเสริมการขายหาลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่าด้วยการลดราคา สินค้าสามารถคืนและเปลี่ยนได้

กิจการ ง. จำหน่ายสินค้าบริโภคอุปโภค ตั้งราคาต่ำกว่าราคาที่กำหนด หาลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อ มีการเชิญลูกค้าให้มาซื้อสินค้าด้วยคำกล่าว “ เดี่ยวอย่าลืมมาซื้อของนะค่ะ” การรักษาลูกค้าเก่าด้วยการส่งเสริมการขาย

กิจการ จ. จำหน่ายสินค้าบริโภคอุปโภค ตั้งราคาต่ำกว่าราคา
ที่กำหนดประมาณ 10 % หากลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อ รักษา
ลูกค้าเก่าด้วยการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาล

การจัดการด้านการเงินและการบัญชี

กิจการ ก. จัดการเรื่องการเงินและการบัญชีตามที่บริษัทแม่
กำหนด

กิจการ ข. จัดซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ จัดทำบัญชีเงินสด
และบัญชีอื่น ๆ

กิจการ ค. จัดซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ และจัดทำบัญชี
ตามที่กฎหมายกำหนด

กิจการ ง. จัดซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ บริหารเงินให้
สามารถดำเนินกิจการได้ ทำบัญชีเงินสดและบัญชีอื่น ๆ เช่น
บัญชีลูกหนี้ เป็นต้น

กิจการ จ. จัดซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ มีการเก็บออมตาม
ความเหมาะสม จัดทำบัญชีตามที่กฎหมายกำหนด

แนวคิดหรือหลักการที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จ

กิจการ ก. พยายามรักษาและพัฒนาพนักงานให้เก่งโดยการ
ส่งไปอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ

กิจการ ข. ขายสินค้าในราคาที่ลูกค้าจะขายได้ปริมาณมากและ
ผลกำไรจะได้อีก

กิจการ ค. รักษาธุรกิจที่ทำอยู่ หากความรู้อยู่เสมอ สร้าง
ความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าในท้องถิ่น สร้างแบรนด์ของตนเอง

กิจการ ง. ชื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

กิจการ จ. มีความขยัน มีความคิดที่แตกต่างโดยการจำหน่าย
สินค้าที่ต่างจากร้านอื่น มีความเป็นกันเอง

ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

กิจการ ก. ยังไม่มี

กิจการ ข. เศรษฐกิจตกต่ำทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ต้องลงทุน
เพิ่มขึ้น

กิจการ ค. ลูกค้ารุ่นใหม่นิยมซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อที่
เป็นแฟรนไชส์

กิจการ ง. ยังไม่มี

กิจการ จ. มีห้างค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก
ตั้งอยู่ใกล้ ๆ ทำให้การแข่งขันสูง

ความต้องการการช่วยเหลือและการสนับสนุน

กิจการ ก. ไม่มี

กิจการ ข. ไม่มี

กิจการ ค. อยากให้ช่วยปลูกฝังเยาวชนให้ซื้อสินค้าจากร้าน
ท้องถิ่น อยากให้ทางราชการอนุรักษ์คุ้มครองอาชีพคนท้องถิ่น
ออกกฎหมายค้าปลีกที่เป็นผลดีต่อคนท้องถิ่น ส่งเสริม
ผู้ประกอบการรายใหม่ ดีกว่าให้ไปเป็นลูกจ้างร้านค้าปลีก
สมัยใหม่

กิจการ ง. ไม่มี

กิจการ จ. อยากให้รัฐบาลลดภาษี ให้ผู้ผลิตจัดส่งสินค้าใน
ราคาที่เท่ากับห้างขนาดใหญ่

4.1 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย เป็นร้านสะดวก
ซื้อแฟรนไชส์จำนวน 1 ราย ร้านสะดวกซื้อท้องถิ่น 4 ราย
เป็นชาย 3 ราย หญิง 2 ราย เคยค้าขายมาก่อนทุกราย เป็นบุตร
คนโต 2 ราย บุตรคนเดียว 1 ราย ลำดับอื่น ๆ 2 ราย การศึกษา

จบปริญญาตรี 3 ราย ปวช. 1 ราย ป.6 1 ราย ทำธุรกิจ 10 ปี
ขึ้นไป 4 ราย 7 ปี 1 ราย สมาชิกในร้าน 3 -11 คน

4.1.1 ภูมิหลัง ผู้ประกอบการมักเป็นคนที่ต้อง
รับผิดชอบต่อครอบครัว หรือเป็นคนโตกับลูกคนเดียว ซึ่ง
สอดคล้องกับอิทธิพลและคณะ^[3] และมีทักษะในการทำการค้า
มาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับบริดจ์^[4] และสุกรี แก้วฉวี^[7]

4.1.2 การเริ่มต้นธุรกิจ การเลือกสินค้าเป็น
สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เลือกทำเลร้านใกล้แหล่งชุมชน
และการเดินทางสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับสมใจ วิริยะบัณฑิตกุล^[12]
การระดมทุนใช้เงินทุนจากเงินสะสม ซึ่งสอดคล้องกับ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม^[5] และ
บางรายใช้เงินกู้ ซึ่งสอดคล้องกับบริดจ์^[4] จึงขออนุญาตจัดตั้ง
ร้านจากหน่วยงานราชการ การแก้ไขอุปสรรคในการเริ่มต้น
กิจการด้วยการเรียนรู้จากประสบการณ์และจากการศึกษา ซึ่ง
สอดคล้องกับสมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย^[18]

4.1.3 การจัดการด้านพนักงาน คัดเลือกพนักงานที่มี
บุคลิกดี มีมนุษยสัมพันธ์ สุขภาพสุกอนามัยดี ฝึกอบรมให้
พร้อมสำหรับการทำงาน ให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่
เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับก๋อศักดิ์ ไชยศรีศรีศักดิ์^[8]

4.1.4 การจัดการด้านการดำเนินงาน เปิดดำเนินการ
จำหน่ายให้ยาวนานที่สุดหรือตลอด 24 ชั่วโมง จัดซื้อสินค้า
ด้วยวิธีที่เหมาะสมของสินค้าแต่ละชนิด ควบคุมปริมาณและ
คุณภาพของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับก๋อศักดิ์
ไชยศรีศรีศักดิ์^[10]

4.1.5 การจัดการด้านการตลาด จุดเด่นของร้านคือมี
สินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า มีการหาลูกค้าใหม่ มี
การทำการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับแม็ก ไคลน^[11]
ณัฐกิตต์ ตั้งพลสินธนา^[15] และอาร์มสตรองกับคอตเลอร์^[13]

4.1.6 การจัดการด้านการเงินและการบัญชี จัดทำ
ตามที่กฎหมายและบริษัทกำหนด การจัดซื้อสินค้าส่วนใหญ่

ด้วยการใช้สินเชื่อ จัดสรรเงินให้เพียงพอแก่การดำเนินกิจการ
ซึ่งสอดคล้องกับโรดริเกซ^[16] และแดนเนี่ยลและร็อดคาร์ต^[17]

4.1.7 แนวคิดหรือหลักการ ที่ทำให้ธุรกิจประสบ
ความสำเร็จ การถ่ายทอดความรู้ ขยัน อดทน รอบรู้ ซื่อสัตย์
ยุติธรรม มีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับ บริดจ์^[4]
และพิบูล ที่ปะปาลกับธนวัฒน์ที่ปะปาล^[6]

4.1.8 อุปสรรค คือภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ราคาดินค้า
สูงขึ้นเรื่อย ๆ มีการเปิดห้างสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ความนิยม
ของเด็กสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย^[18]

4.1.9 ความต้องการ คือให้รัฐบาลลดภาษี ออก
กฎหมายค่าปลีกร กำหนดเขตที่ตั้งห้างสมัยใหม่ขนาดใหญ่
อนุรักษ์อาชีพคนท้องถิ่น ปลุกฝังให้เด็กรุ่นใหม่ซื้อสินค้าจาก
ร้านท้องถิ่น ส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ สอดคล้องกับ
สมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย^[18]

4.2 ความต้องการของลูกค้า

4.2.1 ด้านการตลาด ลูกค้าอยากให้การหาลูกค้าใหม่
และรักษาลูกค้าเก่าด้วยการส่งเสริมขาย ตั้งราคาที่เหมาะสม
โฆษณาโดยการติดป้ายหน้าร้าน แจกใบปลิวและโฆษณาทาง
โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับอาร์มสตรองและคอตเลอร์^[14] สินค้า
ที่อยากให้นำมาจำหน่ายเพิ่มเติมคือเสื้อผ้าชั้นรองเท้าฟองน้ำ
แฟชั่นและผักสด ซึ่งสอดคล้องกับแม็ก ไคลน^[11]

4.2.2 ด้านพนักงาน ลูกค้าอยากให้พนักงานยิ้มแย้ม
พูดจาไพเราะและการมีจิตใจบริการ ซึ่งสอดคล้องกับเอกพงศ์
ธนพิบูลพงษ์^[9]

4.2.3 ด้านการดำเนินการ ลูกค้าอยากได้สินค้ามี
คุณภาพดี ใหม่สด ไม่หมดอายุและได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้อง
กับสมใจ วิริยะบัณฑิตกุล^[12]

4.2.4 ด้านการเงิน ลูกค้าอยากใช้บัตรเครดิต ใช้เงินเชื่อเงินผ่อนและการคืนกำไรตอนสิ้นปี ซึ่งสอดคล้องกับเม็กโคลน^[14]

5. แนวทางการพัฒนาร้านสะดวกซื้อ

5.1 การเริ่มต้นธุรกิจ

การเริ่มต้นธุรกิจ เริ่มจากการเรียนรู้วิธีการในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะศิลปะการขายซึ่งต้องใช้เวลาในการสะสมประสบการณ์ สามารถทำได้ด้วยการช่วยบิดามารดาขายที่บ้าน ทำงานขายหลังเลิกเรียนหรือวันหยุด หรือฝึกงานในวิชาสหกิจศึกษา สำหรับเงินทุนในการเริ่มต้นกิจการนั้นสามารถจัดหาจากเงินทุนของตนเองหรือกู้จากสถาบันการเงินก็ได้

5.2 การจัดการด้านพนักงาน

การรับพนักงานควรรับจากบุคคลที่อยู่ในชุมชน มีบุคลิกดี ยิ้มแย้ม พุดจาไพเราะ มีจิตใจบริการ สุขภาพ สุขอนามัย มีการอบรมการทำงานอย่างเป็นระบบ ให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีการจูงใจการทำงานโดยการให้โบนัส สวัสดิการและการขึ้นเงินเดือน การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานควรประเมินตามผลงาน การดิชมของลูกค้าและมีความยุติธรรม

5.3 การจัดการด้านการดำเนินการ

ทำเลร้านค้าตั้งในแหล่งชุมชน ร้านค้าสะอาด มีสินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า การจัดเรียงสวยงาม สินค้ามีคุณภาพดี มีความสดใหม่ เปิดการให้บริการยาวนานที่สุดจนถึงตลอด 24 ชั่วโมง

5.4 การจัดการด้านการตลาด

การจัดการการตลาด จัดสินค้าที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้ หาสินค้าอื่นมาจำหน่ายเพิ่มเติมบ้างเช่นเสื้อแฟชั่น รองเท้าฟองน้ำแฟชั่น เป็นต้น ราคาสินค้ามีความเหมาะสม จัดจำหน่ายแบบขายปลีกลูกค้าเลือกหยิบสินค้าเอง มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม มีการจัดทำป้ายโฆษณาสินค้า

หน้าร้าน แจกใบปลิว โฆษณาทางโทรทัศน์ และส่งเสริมกิจกรรมท้องถิ่นเพื่อให้ลูกค้าจำชื่อของร้านค้าได้

5.5 การจัดการด้านการเงิน

การจัดการการเงิน ซื้อสินค้าด้วยการใช้สินเชื่อ จัดสรรเงินให้เพียงพอแก่การดำเนินกิจการ ให้ลูกค้าสามารถใช้บัตรเครดิตได้ ตลอดจนการหาพันธมิตรในการให้บริการสินเชื่อสำหรับสินค้าบางรายการ

6. การวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านสะดวกซื้อให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ ตลอดจนพัฒนาเป็นร้านต้นแบบที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจการได้

7. บทสรุป

ธุรกิจขนาดย่อมร้านสะดวกซื้อ ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และการแข่งขันกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ในขณะเดียวกันโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อยังเป็นที่ต้องการอีกมาก จึงจำเป็นต้องหาแนวทางการเริ่มต้นและพัฒนาร้านสะดวกซื้อ ด้วยการศึกษาวิธีการดำเนินธุรกิจจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อต่อไป

บรรณานุกรม

- [1] World Wide Learn. (2009). Guide to college Majors in Entrepreneurship. Retrieved June 8, 2009, Source : <http://www.worldwidelearn.com/online-education-guide/business/entrepreneurship-major.htm>
- [2] พิรพงษ์ กิติเวช โกลาวัฒน์. (2552). มุมมองแฟรนไชส์ผ่านสายคนักวิชาการ. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2552 Source : http://www.siamhrm.com/management_report.php?max=69
- [3] Hisrich, R.D., M.P.Peter & D.A.Shepherd. (2005).Entrepreneurship. Boston : McGraw-Hill Irwin.
- [4] Bridge, R. (2009). How I Made It. (2 nd,ed.). London : Kogan Page.
- [5] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมปี 2551

- และแนวโน้มปี 2552 . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม.
- [6]พิบูล ทีปะปาลและชนรัตน์ ทีปะปาล. (2552). การเป็นผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ :
อมการพิมพ์.
- [7] Kaeomane,Sukree. (2009). Human Resource Management
Practices That Encourage continuous Quality Improvement
Practices. Ph.D. Dissertation, Edith Cowan University.
- [8] ก่อศักดิ์ ไชยรัสมิศักดิ์ . (2553). “ ค้าปลีกอินเทอร์เน็ต.” วารสารคน ,
31 (1/2553) , 39 – 46 .
- [9]เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์. (ม.ป.ป.). การบริหารเพื่อความพึงพอใจ.
กรุงเทพฯ : EDITOR 1999
- [10] ก่อศักดิ์ ไชยรัสมิศักดิ์ . (2553). “ ค้าปลีกอินเทอร์เน็ต.” วารสารคน ,
31 (1/2553) , 39 – 46 .
- [11]McClain, Al. (2009). Supermarkets / Convenience Stores – Key
Success Factors in Supermarket Industry. Retrieved December 20,
Source : <http://www.Allexperys.com>
- [12] สมใจ วิริยะบัณฑิตกุล. (2548). ธุรกิจเซิร์ฟพร้อมทุน เคล็ดลับทาง
ด่วนเก่าแก่ใหม่. กรุงเทพฯ : พีเพิลมีเดีย.
- [13]Armstrong, Gary & Philip Kotler. (2005). Marketing An
Introduction. (7 th ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- [14]McClain, Al. (2009). Supermarkets / Convenience Stores – Key
Success Factors in Supermarket Industry. Retrieved December 20,
Source : <http://www.Allexperys.com>
- [15] ณิชูกิตต์ ตั้งพลสินธนา . (2553) . กลยุทธ์ปากต่อปาก.
ฐานเศรษฐกิจ. 1 – 3 เมษายน , 23 .
- [16]Rodriguez, G. (2009). Three Indicators of a Successful Business.
Retrieved September 19, 2009, Source :
<http://www.powerhomebiz.com/vol15/3indicators.htm>
- [17]Daniel, D.R. & J.F. Rockart. (2009). Critical Success Factors.
Retrieved September 19, 2009, Source :
<http://www.en.wikipedia.org/wiki/critical>
- [18] สมศักดิ์ แด่มบุญเลิศชัย. (2551). โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การ
ส่งเสริม SMEs รายสาขา. กรุงเทพฯ :
ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [19]Druckman, D. (2005). Doing Research : Methods of Inquiry for
Conflict analysis. Singapore : Sage.
- [20]Martin, W., B.A. Wech, J. Sandefur & R. Pan. (2006). Africa
American Small Business Owners’ Attitudes Toward Business
Training. Journal of Small Business Management, 44(4), 577.
- [21] สำนักงานบริการข้อมูลธุรกิจ.(2552). หมวดการขายปลีกสินค้า
ทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า (นิติบุคคล). กรุงเทพฯ : กรมพัฒนาธุรกิจ
การค้า.
- [22] งานทะเบียนพาณิชย์. (2552). สถิติร้านร้านปลีก. นครปฐม :
องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม.
- [23] Counselors to America’s Small Business. (2009). Small
BusinessSurvival Rates. Retrieved September 20, 2009,
Source:http://www.score.org/small_biz_stats.html
- [24]Yin, Robert.K.. (2009). Case Study Research : Design and
Methods. (4 th, ed.),Los Angeles : Sage.
- [25]Dholakia,R.R. & N. Kshetri. (2004). Factors Impacting the
Adoption of the Internet among SMEs. Small Business Economics,
23 (4), 311.