

## การสำรวจภาคการค้า ในสาขาค้าปลีก

### ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และขนาดย่อย (Micro) แบบเร่งด่วน (Quick Survey/Poll)

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และขนาดย่อย (Micro) แบบเร่งด่วน (Quick Survey/Poll) โดยดำเนินการสำรวจข้อมูลใช้วิธีการแบบ Face-to-Face และ/หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Online Survey) และ/หรือการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์จากกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.7) อยู่ในช่วง Gen X อายุระหว่าง 41-56 ปี (ร้อยละ 49.6) อายุโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 45.4 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 48.3) ประเภทธุรกิจการค้าอันดับแรก คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่แบบอิสระ/ชายของหน้าร้าน และชายของทางออนไลน์ (ร้อยละ 20.9) รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ แบบอิสระ/ชายของหน้าร้านอย่างเดียว (ร้อยละ 19.2) โดยรูปแบบการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา (ร้อยละ 60.2) รองลงมา คือ รูปแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 22.0)

### ผลสรุปที่ได้จากการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Focus Group)

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดย่อย ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาการค้า ทั้งในส่วนการค้าปลีก และค้าส่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและภาคกลาง และในเขตภูมิภาค เช่น พื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

#### ที่มา คุณลักษณะ และข้อมูลเบื้องต้นของกิจการ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่มมีการประกอบธุรกิจสาขาการค้า มีทั้งในรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกในลักษณะร้านค้าขายของชำ (โชห่วย) มินิมาร์ท ร้านค้าชุมชน ร้านค้าเฉพาะอย่าง (ร้านค้าปลีก-ส่งเครื่องดีมและแอลกอฮอล์) ร้านซูเปอร์สโตร์ในต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าขนาดเล็ก มินิมาร์ท ร้านค้าชุมชน ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 1-5 ปี ในขณะที่ร้านค้าเฉพาะอย่าง เช่น ร้านค้า-ปลีกส่งเครื่องดีมและแอลกอฮอล์ ร้านซูเปอร์สโตร์ และร้านค้าพาณิชย์ในต่างจังหวัด ส่วนใหญ่ โดยจะมีรูปแบบนิติบุคคล และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน และมีการสืบต่อธุรกิจครอบครัวเป็นรุ่นที่สอง 2 ทั้งนี้ร้านค้าชุมชนในภูมิภาคส่วนใหญ่จะมีผู้บริหารร้านค้าชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการวัยเกษียณ และมีการจ้างแรงงานชั่วคราวจากในชุมชนในการดำเนินกิจการเป็นครั้งคราว โดย

ร้านค้าชุมชนใช้ความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความสามารถในการรับบัตรสวัสดิการของรัฐ และการขายสินค้าแบบเงินสด

จากสถานการณ์ COVID-19 ในช่วงสองปีที่ผ่านมาส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเปลี่ยนแปลงไป วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมถึงขนาดย่อยต่างมีการปรับตัว โดยมีบริการส่งสินค้าถึงบ้านในเขตหรือพื้นที่ชุมชน มีการรับคำสั่งซื้อผ่านไลน์ และในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาการค้าในรูปนิติบุคคลนั้นมีการปรับตัวและพัฒนาช่องทางการค้าผ่านระบบ E-commerce, แพลตฟอร์ม Facebook แต่อย่างไรก็ดียังมีข้อจำกัดด้านบุคลากรที่มีความชำนาญในการทำตลาดดิจิทัล และอุปสรรคจากค่าขนส่งสินค้า ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาการค้าปลีกทุกระดับ และทุกพื้นที่ ต่างมีคู่แข่งจากร้านขายปลีกสมัยใหม่ และร้านสะดวกซื้อที่มีการขยายสาขามากขึ้น รวมถึงการแข่งขันจากรูปของแพรรนไชส์ที่บริษัทโมเดิร์นเทรดเข้าร่วมมือกับร้านโชห่วยในภูมิภาค

### **ประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานภาครัฐ**

ผลจากการประชุมกลุ่มย่อยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการใด ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ด้วยสาเหตุที่ไม่ทราบข่าวสาร ไม่มีช่วงเวลาที่จะสะดวกที่จะเข้าร่วม เนื่องจากวิสาหกิจรายย่อย และร้านค้าชุมชนโดยมากมีข้อจำกัดของจำนวนบุคลากร และผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการวัยเกษียณจึงขาดความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ ในขณะที่มีผู้ประกอบการบางรายที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่จะเลือกเข้าอบรมเกี่ยวกับช่องทางการขายบนระบบ E-commerce และการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ร้านค้า และสินค้าในร้าน

### **ความสัมพันธ์และความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ**

พบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อย วิสาหกิจที่อยู่ในรูปแบบบุคคลธรรมดา และร้านค้าชุมชนมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ๆ รวมถึงขาดการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และขาดความร่วมมือกับเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ สมาคมวิชาชีพ และเครือข่ายผู้ประกอบการอื่น ๆ ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาการค้าที่อยู่ในรูปแบบนิติบุคคลบางส่วนมีการเข้าร่วมกับกลุ่มสมาคมและสมาพันธ์วิชาชีพในพื้นที่อยู่บ้าง และมีเครือข่ายระหว่างซัพพลายเออร์ หรือ คู่ค้าที่เกี่ยวข้อง

### **ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจในปัจจุบัน**

ปัญหาและอุปสรรคจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการดำเนินการ และขนาดของกิจการจึงสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจตามขนาดและประสบการณ์ในการดำเนินการเป็น 2 กลุ่มหลัก

- 1) กลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อยในรูปบุคคลธรรมดา ร้านค้าชุมชนขนาดเล็ก
- 2) กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรูปนิติบุคคล

กลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อย กลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มกิจการ และร้านค้าชุมชนส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นว่ามีปัญหาด้านการตลาด จากคู่แข่งร้านค้าปลีกที่มีเพิ่มมากขึ้น จากร้านสะดวกซื้อที่ขยายสาขา และมีการบริการส่งถึงที่ และจากกำลังซื้อที่ลดลงเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ในขณะที่ในกลุ่มร้านค้าชุมชนที่รับบัตรสวัสดิการเห็นว่าในปัจจุบันมีมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐ เช่น มาตรการคนละครึ่ง ที่ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าหันไปซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่น ๆ ทำให้ยอดขายของร้านค้าชุมชนลดลง การขาดองค์ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการดำเนินธุรกิจการค้า ส่งผลให้ธุรกิจการค้าประสบปัญหาด้านศักยภาพการแข่งขันในปัจจุบัน นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดย่อยสาขาการค้าปลีก หรือร้านค้าชุมชนนั้นส่วนใหญ่จะมีอุปสรรคจากจำนวนบุคลากรในร้านที่ไม่เพียงพอ และในบางครั้งจะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในร้านค้าปลีกเป็นกลุ่มคนวัยเกษียณซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล หรือขาดความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการร้านค้า ดังนั้นร้านค้าปลีกบางรายจึงเป็นลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ไม่มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย ใช้การบันทึกรายการบนสมุดและประมาณการการซื้อสินค้าตามความรู้ที่มี กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชน หรือย่านนั้น

สำหรับธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบของนิติบุคคล ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น จะมีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินงาน และความพร้อมของจำนวนบุคลากรในแผนกต่าง ๆ อย่างไรก็ตามหลังจากที่มีสถานการณ์ COVID-19 นั้น พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีพฤติกรรมที่มีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ที่มากขึ้น นอกจากนี้ร้านค้าปลีกในภูมิภาคที่มีการสืบทอดกิจการรุ่นที่ 2 หรือ รุ่นที่ 3 โดยมากจะประสบปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากการดำเนินงานของร้านยังไม่ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยร้านค้าปลีกในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีฐานลูกค้าเป็นกลุ่มลูกค้าดั้งเดิมตั้งแต่เปิดร้านในอดีต ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงวัยในปัจจุบัน และยังขาดองค์ความรู้เรื่องการพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น และยังไม่สามารถปรับปรุงภาพลักษณ์ร้านค้าปลีกที่ดึงดูดลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ได้

## โครงการพัฒนาศักยภาพเชิงลึกที่ผู้ประกอบการที่ต้องการ

### 1) วิสาหกิจขนาดย่อยสาขาการค้า รูปแบบบุคคลธรรมดา หรือร้านค้าชุมชน

#### 1.1 โครงการพัฒนาคู่มือผู้ประกอบการ หรือ Check List สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการค้าปลีก

อันประกอบด้วยองค์ประกอบและทักษะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการค้าปลีก เช่น

- ทักษะคติ หรือ Mindset ของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการค้าปลีก
- การบริหารจัดการทางการเงินสำหรับธุรกิจค้าปลีก
- ความรู้เรื่องภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก
- ระบบการบริหารจัดการของธุรกิจค้าปลีก
- การเลือกทำเลร้าน และการตกแต่งร้าน
- การศึกษาพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าและการพัฒนากลยุทธ์ค้าปลีก

## 1.2 โครงการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ปลีก โดยเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติ ในหัวข้อต่อไปนี้

- การบริหารจัดการทางการเงิน
- ความรู้เรื่องภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก
- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการร้านค้า
- การจัดแผนผังร้าน การจัดวางสินค้า การแบ่งหมวดหมู่สินค้า ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และการวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความพึงพอใจ
- การพัฒนาโปรโมชั่น การออกแบบกลยุทธ์

## 2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาการค้ารูปแบบนิติบุคคล

### 2.1) โครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

- องค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
- การกำหนดกลยุทธ์ในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรวมถึง วิธีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วิธีการรวบรวมข้อมูล การพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม การติดตามและประเมินผลของกลยุทธ์

### 2.2) โครงการอบรมทักษะด้านการบริการลูกค้า และลูกค้าสัมพันธ์ ที่ครอบคลุมหัวข้อ ดังนี้

- การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทักษะที่ดีในงานให้บริการลูกค้า
- เทคนิคและกระบวนการต่าง ๆ ในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
- เทคนิคการจัดการและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- การสร้างระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้งระบบ

### 2.3) โครงการพัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจการค้า

- ในมิตินี้ครอบคลุมถึงการให้ความรู้ และทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจการค้า

### 2.4) โครงการพัฒนาพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ

- เน้นความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค

### 2.5) โครงการพัฒนา Platform รวบรวมข้อมูล ข่าวสารและมาตรการส่งเสริม

## รูปแบบการจัดโครงการพัฒนาศักยภาพเชิงลึกที่ผู้ประกอบการต้องการ

รูปแบบการจัดโครงการพัฒนาศักยภาพเชิงลึกที่ผู้ประกอบการสาขาการค้าต้องการนั้น มีคุณลักษณะที่สำคัญที่เป็นลักษณะร่วมกันคือ โครงการควรมีความต่อเนื่องในการพัฒนาผู้ประกอบการ และสามารถส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถต่อยอดอย่างต่อเนื่อง เช่น มีแนวทางในการส่งเสริมตั้งแต่ผู้ประกอบการใหม่ หรือเพิ่งเริ่มต้น จนถึงการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพแล้วขยายโอกาสทางธุรกิจที่สูงขึ้น ในส่วนขององค์ความรู้พื้นฐาน ทักษะเบื้องต้นของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้สนใจ หรือผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้น

กิจการสาขาการค้ำนั้น สามารถเป็นในรูปแบบคู่มือ หรือ Check List สำหรับผู้ประกอบการเฉพาะสาขาการค้ำ และเน้นรูปแบบการอบรมความรู้พื้นฐานที่เป็นรูปแบบออนไลน์ในรูปแบบ Video Clip เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถศึกษาในช่วงเวลาที่สะดวก นอกจากนี้รูปแบบแพลตฟอร์มรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และมาตรการส่งเสริม ควรจะมีการพัฒนาอยู่ในรูปแบบของแพลตฟอร์มที่การอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และมีช่องทางการติดต่อและการเข้าถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับโครงการอบรมที่เป็นลักษณะเชิงปฏิบัติการ หรือการอบรมเฉพาะทาง เช่น การอบรมด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในธุรกิจการค้าปลีก และการอบรมทักษะด้านการบริการลูกค้า และลูกค้าสัมพันธ์ควรจะเป็นการอบรมแบบ Onsite ในพื้นที่ที่ใกล้กับสถานประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง และความต่อเนื่องของโครงการ

โดย ส่วนพัฒนาเครื่องมือและประมาณการเศรษฐกิจ  
ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (ผวต.)  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)