

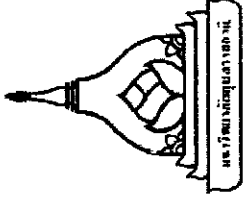
ใบสมัครเข้าร่วมอบรม

โครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน

เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกขนาดย่อม"

ระหว่างวันที่ 11-12 สิงหาคม พ.ศ. 2550

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



โครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน

เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกขนาดย่อม"

ระหว่างวันที่ 11-12 สิงหาคม พ.ศ. 2550

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

กรุณากรอกข้อมูลให้ครบถ้วน

นาย นาง นางสาว นามสกุล

อายุ ปี อาชีพ

หน่วยงาน / บริษัท

โทรศัพท์

E-mail

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

บ้านเลขที่ หมู่ที่ ถนน ตำบล

อำเภอ จังหวัด

โทรศัพท์ โทรสาร

โทรศัพท์มือถือ

หลักการและเหตุผล

ร้านค้าปลีก(ร้านโชห่วย) มีความสำคัญต่อวิถีไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณในฐานะช่องทางจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจึงมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วทุกพื้นที่ของประเทศจึงถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจไทย

จากสภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม ทำให้รูปแบบของร้านค้าปลีกมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมซึ่งเป็นร้านค้าห้องแถวขนาดเล็กละเอียดได้เปลี่ยนรูปกลายเป็นร้านค้าปลีกมีการห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นไปเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากขึ้นก็ตาม แต่ก็ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กด้อยเช่นกัน

ก่อนปี พ.ศ. 2538 แม้จะมีห้างสรรพสินค้าอียอง ห้างสรรพสินค้าสุภาวดี และห้างของสงวนรวมทั้งห้างแมคโคร ในจังหวัดอุบลราชธานีเปิดบริการอยู่ก็ตาม แต่ผลกระทบต่อร้านค้าขนาดเล็ดยังไม่รุนแรงเพราะลักษณะของกลุ่มลูกค้ายังมีความแตกต่างกัน นับตั้งแต่ ร้านค้าปลีกข้ามชาติขนาดใหญ่ได้เข้ามาทำให้เกิดการปะทะยึดต่อขนาด ทำให้กลุ่มลูกค้าเดิมของร้านค้าปลีกขนาดเล็กละเลยไปเรื่อยๆ บริการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกข้ามชาติมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดย่อมซึ่งมีผู้ประกอบการเป็นประชาชนระบบรากฐานของระบบเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดย่อมซึ่งยังขาดการบริหารจัดการเป็นระบบ การประกอบการอาศัยการเรี่ยไรเองและลงมือผลิตเอง ขาดการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ทันสมัย ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในระยะยาวได้ จึงมีธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมจำนวนมากที่ต้องเลิกกิจการ ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยเหลือสภาพปัญหาการแข่งขันของร้านค้าปลีกขนาดย่อม

