

การพัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชน

สถานการณ์แข่งขันปัจจุบันภายใต้การดำเนินธุรกิจแบบระบบทุนนิยม วิสาหกิจขนาดใหญ่มักมีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจอยู่หลายประการด้วยกัน ทั้งในด้านทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเงินทุน ผู้เชี่ยวชาญ เทคโนโลยี ความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักจะสามารถได้เปรียบมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน ด้วยความรู้ ประสบการณ์ เทคโนโลยี ทุน บุคลากรและการจัดร้านของวิสาหกิจ/ธุรกิจข้ามชาติเช่น แม็คโคร เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี ฟู๊ดแลนด์ เซเว่นอีเลฟเว่น ที่ดำเนินการเปิดสาขาจำนวนมากภายในประเทศทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑลต่างจังหวัด และอำเภอ ทำให้ลูกค้ามักชอบที่ไปจับจ่ายเนื่องจากสามารถที่จะหาซื้อสินค้าและบริการพื้นฐานที่ตนต้องการได้ประกอบกับมีราคาและคุณภาพที่ดีและน่าเชื่อถือ

ในขณะที่ร้านค้าร้านโชห่วยและร้านชำในชุมชนกำลังประสบกับปัญหาด้านการสูญเสียส่วนครองตลาดให้กับกลุ่มทุนต่างชาติที่กำลังรุกเข้ามาดำเนินธุรกิจอย่างหนัก รัฐบาลนับได้ว่าเป็นผู้ที่มิบทบาทสำคัญต่อการวางนโยบายและแนวทางดำเนินการสร้างความอยู่รอดและการพัฒนาของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ ในชุมชนและหมู่บ้านที่กำลังประสบปัญหาการขาดทุนและอาจต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด ภาครัฐเองได้เห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้และได้พยายามให้ความช่วยเหลือในหลากหลายรูปแบบและวิธีการ

ธุรกิจร้านชำเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนในระยะเริ่มต้นด้วยเงินทุนไม่สูงมากนัก สามารถสร้างงานในท้องถิ่นจำนวนมาก ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ รายได้จากการขายสินค้าอาจไม่สูงมากนัก ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ การให้บริการและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด และเป้าหมายการดำเนินการเน้นความอยู่รอดของชุมชนเป็นสำคัญ ร้านขายของชำแต่ละร้านที่อยู่ในหมู่บ้านให้บริการโดยเฉลี่ย 265 ครอบครัว ต่อ 1 ร้านค้าซึ่งโดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก ติดอยู่กับถนนใหญ่หรือถนนในซอยที่มีผู้คนสัญจรไปมาทั้งวัน ลักษณะที่พบเห็นโดยทั่วไปจะเป็นร้านค้าปลีกที่ต้องซื้อสินค้าเข้ามาวางขายด้วยเงินสดจึงทำให้ปริมาณสินค้าแต่ละรายการมีจำนวนไม่มาก สินค้าหมดอายุเร็วเช่นนมเปรี้ยว ขนมปัง และอาหารสำเร็จรูป จะมีการนำสินค้ามาส่งหรือสามารถทำการแลกเปลี่ยนสินค้าใหม่โดยจะเข้ามาให้บริการโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ร้านค้าแทบทุกร้านมีตู้แช่เย็น สำหรับให้บริการเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ สภาพร้านค้าโดยทั่วไปไม่สะอาด มีฝุ่น

เกาะอยู่ที่สินค้าในบางรายการ โดยเฉพาะกับสินค้าที่มียอดจำหน่ายไม่มาก เช่น ผงซักฟอก และแชมพู เป็นต้น ร้านค้าส่วนใหญ่ทำการจัดวางสินค้าอย่างง่าย ๆ ไม่มีการจัดเรียงอย่างเป็นหมวดหมู่ และมีการแขวนสินค้าอย่างไร้ระเบียบ

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของร้านค้าในหมู่บ้านหรือในชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นและต้องเร่งดำเนินการแก้ไขเพื่อให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันที่ต้องต่อสู้ช่วงชิงผลประโยชน์ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความรุนแรงอยู่ทุกขณะในปัจจุบัน สสว.เป็นหนึ่งในกลไกของภาครัฐที่เล็งเห็นถึงปัญหาของผู้ประกอบการขนาดย่อม รายย่อยและ (ร้านค้า) ชุมชนที่กำลังเผชิญวิกฤตการณ์ทางการแข่งขันจากกลุ่มทุนค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ จึงได้ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเพื่อดำเนินโครงการ “พัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชน” โดยใช้งบประมาณดำเนินโครงการทั้งสิ้นจำนวน 16 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการเพื่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนให้สามารถประกอบการได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาร้านค้าชุมชนให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและต้องการเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้า การเพิ่มรายได้ของร้านค้าชุมชนทั้งในส่วนของกำไรรายจ่ายและการเพิ่มบริการใหม่ ๆ การพัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชนให้มีความเข้มแข็ง การพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารร้านค้าชุมชนให้สามารถใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สสว.คาดหวังว่าจากการเข้าช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนในกลุ่มย่อย ๆ ต่าง ๆ ทั้งภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ กลาง ใต้ และในเขตกรุงเทพมหานครจะทำให้เกิดผลผลิตของโครงการคือ 1.จำนวนผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนที่สมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน 3,000 ราย 2.จำนวนประชาชนทั่วไปที่เข้าไปซื้อสินค้าในร้านค้าชุมชน 1,800,000 คน 3.ผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนมีรายได้ 90 ล้านบาทต่อเดือน 4.สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนจำนวน 26 เครือข่าย

-----สำนักประสานและบริหารโครงการ (ปบ.)-----