

ห้างสรรพสินค้า (Department Store)

๑. ความหมายของห้างสรรพสินค้า (Department Store)

"ห้างสรรพสินค้าคือหน่วยงานการขายปลีกชนิดหนึ่ง ซึ่งทำการขายสรรพสินค้าต่าง ๆ มากมายหลายชนิด เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรี และส่วนประกอบอื่น ๆ ตลอดจนเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสุภาพบุรุษและเด็ก สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป ของประดับเล็ก ๆ น้อย ๆ และเครื่องประดับบ้านชนิดต่าง ๆ ซึ่งบรรดาสินค้าเหล่านี้ได้แบ่งแยกการขายออกเป็นแผนก ๆ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการขายการให้บริการ การควบคุมทางค่านสินค้าคงคลัง และบัญชี" ^๑ (Department store are retail organizations which carry several lines of merchandise such as women's ready - to - wear and accessories men's and boy's clothing, piece goods, small wares, and home furnishings and which are organized into separate departments for the purpose of promotion, service, accounting and control.)

โดยปกติห้างสรรพสินค้ามักตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางเมืองใหญ่ ๆ เช่น ในมหานครนิวยอร์ก มหานครลอนดอน หรือในเขตนครหลวงกรุงเทพฯ ภูเก็ต ฯลฯ

^๑ Theodore N. Bechman, William R. Davidson, Marketing Seventh Edition. (New York : The Ronald Press Company, 1962), p. 179.

๒. ลักษณะของห้างสรรพสินค้าที่แตกต่างจากธุรกิจการขายปลีกชนิดอื่น

ลักษณะของห้างสรรพสินค้าที่แตกต่างจากร้านของเบ็ดเตล็ดทั่วไป (General stores) หรือร้านขายของชำ (Grocery store) อื่น ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ.-

๑. โดยลักษณะของสินค้าที่ขาย ห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มักจะเน้นหนักในเรื่องการจำหน่ายสินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping goods) และสินค้าประเภทเจาะจงซื้อด้วยความพิถีพิถัน (Specialty goods) มากกว่าการจำหน่ายสินค้าในร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ดที่มีขนาดเล็กโดยทั่วไปหรือร้านขายของชำอื่น ๆ สินค้าที่มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามักจะมีรูปแบบสีสรรและขนาดที่แตกต่างกันให้เลือกอย่างมากมาย นอกจากนี้ยังมีแผนกสำหรับการขายสินค้าคงคลังมากมายหลายแผนก เช่น แผนกขายเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม แผนกรองเท้า ถุงเท้า กระเป๋าถือสตรี แผนกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของบุรุษ และสตรีหรือเด็ก แผนกเครื่องตกแต่งบ้าน ตกแต่งรถยนต์ แผนกขายเครื่องเขียนและหนังสือ แผนกเครื่องไฟฟ้า เครื่องแก้ว เครื่องสำอาง แผนกขายสินค้าเบ็ดเตล็ด ห้องอาหาร และซูเปอร์มาร์เกต ฯลฯ แผนกขายสินค้าต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจจะกล่าวได้ว่า ห้างสรรพสินค้าสามารถจัดเตรียมไว้อย่างพร้อมสรรพ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกระดับได้โดยครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามสะดวก (Convenience goods) หรือสินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping goods) หรือสินค้าประเภทเจาะจงซื้อด้วยความพิถีพิถัน (Specialty goods)

คำอธิบาย

ก. สินค้าประเภทเลือกซื้อได้ตามสะดวก (Convenience goods)
หมายถึง สินค้าประเภทที่ผู้บริโภคจะใช้เวลาพยายามในการเลือกซื้อสินค้าน้อยที่สุด ปกติมักเป็นสินค้าที่มีราคาต่อหน่วยค่อนข้างต่ำ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยหรือรู้ถึงคุณ

ลักษณะของสินค้าที่จะซื้อนั้นคืออยู่แล้ว เมื่อเกิดความต้องการขึ้นก็รู้ได้ทันทีว่าคนอยากได้สินค้าใด สินค้าประเภทนี้เมื่อผู้บริโภคซื้อไปแล้วจะได้รับความพอใจทันที เช่น บุหรี่ ยาสูบ ผลไม้ น้ำหวาน เครื่องดื่ม ไม้ขีดไฟ ของกินของใช้ประจำบ้าน งาน ถ้วยแก้ว ที่เขียนบุหรี่ ฯลฯ สินค้าเหล่านี้ผู้บริโภคอาจเกิดความต้องการได้ทุกโอกาส และเมื่อเกิดความต้องการขึ้นแล้วก็อยากได้สินค้านั้นทันที ดังนั้น ทางสรรพสินค้าจึงได้จัดให้มีแผนกสำหรับขายสินค้าประเภทนี้ไว้บริการแก่ลูกค้า และใช้วิธีการขายแบบให้ผู้บริโภคช่วยตัวเอง (Self service) ซึ่งเป็นวิธีที่ให้ความสะดวกสบายใจแก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านั้นเป็นอย่างมาก

ข. สินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping goods) เป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่กล่าวข้างต้น ในการซื้อสินค้าประเภทนี้ ผู้บริโภคในฐานะผู้ซื้อจะต้องมีการเปรียบเทียบในด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบของสินค้าก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าประเภทนี้ ผู้บริโภคอาจไม่ตัดสินใจซื้อในทันที จนกว่าจะได้มีการเลือกสรรหรือเปรียบเทียบในด้านราคา และคุณค่าของสินค้าจนเป็นที่พอใจแล้ว การซื้อแต่ละครั้งมีความสำคัญและอาจมีมูลค่ามากพอที่จะทำให้ผู้บริโภคยอมสละเวลาและใช้ความพยายามในการขอคำแนะนำปรึกษาจากผู้อื่นก่อน หรือเคินตรวจเลือกดูสินค้าทั้งหมดก่อนที่จะทำการตัดสินใจซื้อลงไป การซื้อสินค้าประเภทนี้ ผู้บริโภคมักจะซื้อไม่บ่อยครั้งนักถ้าไม่มีความจำเป็น สินค้าประเภทนี้ได้แก่ โทรทัศน์ ตู้เย็น กลองถายรูป จักรเย็บผ้า เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ฯลฯ การขายสินค้าประเภทนี้ทางสรรพสินค้ามักจะจัดให้มีสินค้าหลายขนาดหลายแบบ และหลายราคา เตรียมพร้อมไว้บริการแก่ลูกค้า และเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคที่มาหาฯ มีความสะดวกในการเปรียบเทียบทางด้านราคาและคุณภาพ เพื่อทำการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตนมีความพอใจมากที่สุด

ค. สินค้าประเภทเจาะจงซื้อด้วยความพิถีพิถัน (Specialty goods) สินค้าประเภทนี้มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากสินค้าสองประเภทดังกล่าวข้างต้นดังนี้ โดย



ปกติสินค้าประเภทนี้มักมีราคาค่อนข้างสูงมาก แต่การซื้อสินค้าประเภทนี้ ผู้บริโภค อาจไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงราคา แต่อาจมีการเปรียบเทียบในแง่คุณค่าหรือคุณภาพกับสินค้า ชนิดอื่นก่อน ความสำคัญของการซื้อขึ้นอยู่กับความพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้านั้นเป็นพิเศษ สินค้าประเภทนี้โดยปกติได้แก่ เครื่องประดับเพชร พลอย ไชมุก เครื่องปฏิภาณกรรม หรือเครื่องประดับบ้านที่มีราคาแพง เสื้อผ้าอาภรณ์หน้าแฟชั่นหรือมีตรายี่ห้อพิเศษ เครื่อง วิทยุโทรทัศน์สี เครื่องเล่นจานเสียงสเตอริโอแบบพิเศษ หรือรถยนต์สปอร์ตที่มีราคาสูง ฯลฯ ลักษณะพิเศษประจำตัวของสินค้าประเภทนี้ บางทีอาจมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคบางคนยอมอด ทนต่อความลำบากเดินทางจากสถานที่ไกล ๆ มาซื้อสินค้าประเภทนี้ทางสรรพสินค้า หรือ เพียงแต่มาเลือกซื้อสินค้าที่ตนมีความพอใจมากที่สุดก็พอใจแล้ว ๒

ข้อสังเกต การแยกประเภทสินค้าบริโภคออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังกล่าว ข้างต้น ไม่ใช่การแบ่งที่ตายตัวหรือจริงเสมอไป เพราะการซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความเคยชินในการซื้อ และความเคยชินในการซื้อสินค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลง ได้ตามกาลเวลาที่ล่วงเลยไป หรือผันแปรตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ

๒. โดยการจัดแบ่งสินค้าเป็นแผนกตามลักษณะและคุณภาพของสินค้า โดย ที่ทางสรรพสินค้าเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีโครงสร้างของกิจการใหญ่กว่าร้านของเบ็ดเตล็ดหรือ ร้านขายของชำทั่วไป จึงทำให้ทางฯ ต้องมีแผนกขายสินค้ามากขึ้นด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าที่มีจำหน่ายอย่างมากมาย การแบ่งแยกแผนกขายสินค้าเป็นหมวดหมู่ โดยมีแผนป้ายบอกชนิดของสินค้าที่ขายไว้โดยชัดเจนยอมเป็นประโยชน์ช่วยให้ผู้บริโภค สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ถูกต้องตามความต้องการ และประหยัดเวลาอีกด้วย ลักษณะการ แบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามลักษณะและคุณภาพของสินค้านี้ บางทีร้านค้าเบ็ดเตล็ดขนาดเล็ก มักไม่ค่อยสนใจ บางทีก็มีได้มีการแบ่งหมวดหมู่โดยชัดเจน

คำอธิบาย ๒ ได้มาจากการสัมภาษณ์ นายธงชัย ตั้งนิรันดร เจ้าหน้าที่ตลาด ของห้างเซ็นทรัลพลาซ่าแมนส์โตร (สีลม) เมื่อวันที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๑๕.

๓. โดยบริการของพนักงานขาย เนื่องจากห้างสรรพสินค้ามีแผนกขายสินค้ามากมายตั้งกลาวข้างตน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีจำนวนพนักงานขายให้เพียงพอกับการขายสินค้าแต่ละแผนก ทั้งนี้ เพื่อคอยอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าได้โดยทั่วถึง ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า คุณลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งที่ทำให้ห้างสรรพสินค้าแตกต่างจากรานขายของเบ็ดเตล็ดทั่วไปก็คือ การมีจำนวนพนักงานขายที่มากกว่า จำนวนพนักงานขายที่มากเพียงพอกับการให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยทั่วถึง ก็เป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ห้างสรรพสินค้ามีประสิทธิภาพการขายที่ดียิ่งขึ้น

๔. โดยลักษณะที่ตั้งของห้างสรรพสินค้า ห้างฯ มักตั้งอยู่ในย่านชุมนุมชนหรือตามศูนย์กลางการค้าในเมืองใหญ่ ๆ หรือตามนครหลวงของประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่สามารถดึงดูดผู้มีอำนาจซื้อกลุ่มใหญ่ได้สนใจและมาซื้อสินค้าจากห้างฯ ของตน ส่วนสถานที่ตั้งของร้านขายของชำหรือร้านขายของเบ็ดเตล็ดเล็ก ๆ ไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลางการค้าใหญ่ ๆ ทองถิ่นใดที่มีชุมชนหนาแน่นพอสมควรก็สามารถตั้งร้านค้าเล็ก ๆ หรือร้านขายของชำได้แล้ว

๓. ความเป็นมาของห้างสรรพสินค้า

ประวัติความเป็นมาของห้างสรรพสินค้าที่สมบูรณ์ยังไม่เป็นที่กระจ่าง แต่สันนิษฐานว่าคงมาจากประเทศทางยุโรปก่อน ก่อนที่จะแพร่หลายเข้าไปในอเมริกา ห้างสรรพสินค้าในสหรัฐอเมริกาเกิดขึ้นภายหลังสงครามกลางเมือง (Civil war) เมื่อต้นศตวรรษที่ ๑๘ รัฐทางฝ่ายตะวันออกเป็นเขตที่มีพลเมืองหนาแน่นมากจึงเป็นแหล่งที่ตั้งของบรรดาห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศก่อนรัฐทางภาคอื่น ๆ จนกระทั่งเมื่อถึงปลายศตวรรษที่ ๑๘ ซึ่งในระยะนั้นการขนส่งและการคมนาคมได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วแล้ว ทำให้ห้างสรรพสินค้าได้เกิดแพร่หลายไปยังรัฐทางภาคอื่น ๆ ของประเทศอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากว่าห้างสรรพสินค้าที่ก่อตั้งขึ้นในระยะนั้นส่วนใหญ่มักก่อตัวขึ้นตามย่านชานเมืองก่อน ฉะนั้นความเจริญของธุรกิจค้าปลีกชนิดนี้จึงเจริญควบคู่

ไปกับการขยายตัวของบรรดาเมืองใหญ่ ๆ เมื่อห้างสรรพสินค้าได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างกว้างขวางแล้ว ห้างฯ ก็มีการพัฒนาปรับปรุงระบบการบริหารงาน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนใคร่จึกหรือคุ้นเคยกับชื่อเสียงและสินค้าที่มีขายภายในห้างฯ อย่างกว้างขวาง มีการบริการรับสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ตลอดจนเพิ่มแบบและชนิดของสินค้าที่มีวางขายภายในห้างฯ ให้มากขึ้นตามลำดับ ประกอบกับความเจริญทางด้านการขนส่งและการคมนาคมที่ช่วยให้การขนส่งสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ขนาดและกิจการของห้างสรรพสินค้าขยายใหญ่ขึ้นเป็นทวีคูณ เช่น กิจการของห้างกอร์ดอน มาร์ส แอนด์โก (Gordon Marsh & Co) แห่งนครบอสตัน ห้าง เอ ที สจวต (A.T. Stewart) แห่งมหานครนิวยอร์ก และห้าง มาร์เชลล์ฟิลด์ แอนด์โก (Marshall Field & Co) แห่งเมืองชิคาโก เป็นต้น ^๓

๔. ความเป็นมาของห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย ห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย สันนิษฐานว่าเริ่มเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๔๘๘ ซึ่งเป็นระยะเวลาภายหลังที่สงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง หรือเมื่อประมาณสามสิบปีที่ผ่านมาแล้ว กิจการห้างสรรพสินค้าของไทยส่วนใหญ่ได้พัฒนามาจากร้านขายของชำเล็ก ๆ ซึ่งเป็นห้องแถวเล็ก ๆ มีสินค้าขายเพียงไม่กี่อย่าง มาจนกระทั่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ต่อมาเมื่อประมาณปี พ.ศ. ๒๕๐๐ ธุรกิจห้างสรรพสินค้าในประเทศไทยก็ค่อย ๆ ได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างกว้างขวาง และแพร่หลายมากขึ้นทุกที และในขณะเดียวกันนี้เองก็ได้มีผู้ลงทุนประกอบธุรกิจประเภทนี้อย่างเป็นลำดับเป็นต้นหลายแห่งในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะที่ยานวิงมูรพา ได้ถูกจัดแปลงให้เป็นศูนย์กลางของการจับจ่ายสินค้า หรือเป็นศูนย์กลางการค้า

^๓ Theodore N. Bechman, Op.cit., pp. 179 - 180.

แห่งแรก และในระยะเวลาอัน อัตรากาการเพิ่มขึ้นของประชากรและการเคลื่อนย้าย ประชากรจากชนบทเข้าสู่นครหลวงอย่างรวดเร็ว ประจวบกับเป็นเวลาที่มีรัฐบาลกำลังมี แผนเร่งรัดพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศอย่างเร่งรีบ ซึ่งมีผลทำให้ประชาชน โดยทั่วไปมีรายได้และฐานะความเป็นอยู่ในการดำรงชีพดีขึ้น ทำให้ประชาชนมีความ ต้องการสินค้าและบริการที่ดีมาบำบัดความต้องการของตนเพิ่มขึ้น ธุรกิจที่สามารถสนอง ความต้องการเหล่านี้ได้ก็คือ ทางสรรพสินค้า ดังนั้นประชาชนจึงมีความตื่นตัวเกี่ยวกับ กิจกรรมต่าง ๆ ของทางสรรพสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งมีผลทำให้ทางสรรพสินค้าเริ่ม มีบทบาทอย่างสำคัญต่อสังคมไทยตั้งแต่นั้นมา

๕. ทางสรรพสินค้ากับสังคมไทยในปัจจุบัน

จุดเด่นของทางสรรพสินค้าที่ได้รับความสนใจจากประชาชนผู้บริโภคเป็นอย่างมากประการหนึ่งก็คือ การมีสินค้าให้เลือกมากมาย แทบจะกล่าวได้ว่า "พอผู้บริโภค มาทางสรรพสินค้าแล้วยอมไ้สินค้าหรือของที่ตนต้องการเสมอ" นอกจากนี้ ทางสรรพ สินค้ายังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นแรงจูงใจอย่างสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคอยากไปชมหรือซื้อสินค้า จากทางสรรพสินค้า กล่าวคือ ลักษณะการตกแต่งทางฯ อย่างมีศิลปะสวยงาม มีบรรยากาศที่ทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินสบายใจ ประกอบกับความเย็นอย่างสดชื่นจากเครื่อง ปรับอากาศ และเสียงเพลงไพเราะที่แผ่วเบา ๆ ก็มีผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคอยากไปชม หรือซื้อสินค้าจากทางสรรพสินค้า ซึ่งในบางครั้งถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้าก็ตาม แต่ การได้มาชมหรือดูสินค้าที่ทางก็อาจนับได้ว่า เป็นวิธีการพักผ่อนหย่อนใจอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ทางสรรพสินค้าบางที่ก็ยังเป็นสถานที่นัดพบของหนุ่มสาว เป็นสถานที่สำหรับการสัง เกตดูแฟชั่นการแต่งกายที่ทันสมัยล้ำยุค เป็นศูนย์รวมแห่งแฟชั่นและสินค้าจากนานาประเทศ

สัมภาษณ์ นายสัมฤทธิ์ จิราชีวิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ห้างเซ็นทรัลคือพาท เม็นส์โตร์ (สีลม) เมื่อวันที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๑๕ และจากใบแทรกหนังสือพิมพ์สยามรัฐ เนื่องในโอกาสฉลองครบรอบ ๒๕ ปีของห้างเซ็นทรัล เมื่อวันที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๑๕.

ผู้บริโภคที่มีรสนิยมสูงหรือผู้บริโภคที่นิยมของที่ทันสมัยมักทราบดีว่าแหล่งที่จะสามารถสนองความต้องการของพวกเขาได้ที่ดีที่สุดในด้านสินค้าและบริการคือห้างสรรพสินค้า

๖. ความสำคัญของห้างสรรพสินค้า

จากสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ดังเช่นในปัจจุบันนี้ มนุษย์ทุกคนย่อมปรารถนาที่จะมีการกินคืออยู่ที่ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สุขในการดำรงชีพของมนุษย์แต่ละคน โดยเฉพาะในสังคมไทยในปัจจุบันซึ่งกำลังอยู่ในภาวะที่เร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างเร่งรีบ เพื่อให้ประชาชนมีความผาสุกในการดำรงชีพหรือมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนนี้ย่อมหมายถึงความต้องการสินค้าและบริการมาบำบัดความต้องการของประชาชนในอัตราที่เพิ่มขึ้น

ห้างสรรพสินค้านับได้ว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งของสังคมที่มีบทบาทอย่างสำคัญในอันที่จะคัดเลือกสินค้าที่แปลกใหม่ทันสมัย มีคุณภาพดี และราคายุติธรรมมาสนองความต้องการของประชาชนในด้านการอุปโภคบริโภค สมดังเจตนาของรัฐบาลในด้านการพัฒนาประเทศ เพื่อให้ประชาชนได้รับการกินคืออยู่ที่ต่อไป ห้างสรรพสินค้านอกจากจะเป็นศูนย์รวมแห่งสินค้านานาชนิดที่จำเป็นต่อการครองชีพแทบทุกชนิดแล้ว ยังเป็นศูนย์รวมของผู้มีความชำนาญพิเศษในด้านการเสนอความคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ จึงเป็นสถาบันที่ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำของธุรกิจค้าปลีกในแต่ละชุมชน และในขณะเดียวกันก็ยังเป็นผู้นำทางด้านนำความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในการนำสินค้าที่มีคุณภาพมาสู่ผู้บริโภคเสมอ จึงทำให้หากกล่าวได้ว่า ห้างสรรพสินค้าวันก็จะมีความสำคัญต่อสังคมไทยมากขึ้นทุกที

๗. ประเภทของห้างสรรพสินค้าและคุณลักษณะพิเศษบางประการ

ห้างสรรพสินค้าสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท โดยอาศัยคุณลักษณะพิเศษต่าง ๆ เช่น ลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการ วิธีการดำเนิน หรือ ลักษณะของลูกค้า เป็นเครื่องแบ่งได้ดังนี้

ก. การแบ่งประเภทของห้างสรรพสินค้าโดยพิจารณาจากลักษณะการเป็นเจ้าของและการดำเนินงาน

๑) ห้างสรรพสินค้าที่ดำเนินการเป็นอิสระ (Independent - store) ลักษณะการดำเนินงานของห้างสรรพสินค้าประเภทนี้ มักดำเนินการเป็นอิสระไม่มีภาระผูกพันกับห้างสรรพสินค้าอื่น ส่วนมากมักมีเจ้าของคนเดียว

๒) ห้างสรรพสินค้าที่มีการดำเนินงานแบบลูกโซ่ (Chain - store) ห้างสรรพสินค้าแบบนี้มักกระจายการดำเนินงานออกเป็นหลายแห่งๆ แต่มีศูนย์กลางการควบคุมการดำเนินงานเดียวกัน ซึ่งบางทีการใช้ชื่อห้างๆ อาจใช้แตกต่างกันได้ เช่น ในกรณีที่ห้างๆ แห่งหนึ่งซื้อกิจการของห้างๆ อีกแห่งหนึ่งมาดำเนินการลักษณะนี้ ห้างๆ ที่ถูกซื้ออาจใช้ชื่อเดิมต่อไปได้ ถ้าเป็นชื่อห้างๆ ที่มีคนรู้จักดี

๓) ห้างสรรพสินค้าที่มีสาขา (Branches stores) ลักษณะของห้างๆ แบบนี้มักเกิดจากการขยายกิจการของห้างๆ เดิมออกไปตั้งในที่ใหม่อีกแห่งหนึ่ง ห้างๆ ที่ตั้งใหม่นี้อาจไม่ใหญ่นัก ความสำคัญอาจไม่เท่าห้างๆ เดิม การดำเนินงานและการควบคุมงานขึ้นอยู่กับห้างเดิม

ข. การแบ่งประเภทของห้างสรรพสินค้าโดยพิจารณาจากลักษณะของลูกค้า

ห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ตามเมืองใหญ่ ๆ ส่วนมากยอมต่อการลูกค้าเป็นจำนวนมาก แต่ก็เป็นการยากที่ห้างๆ จะสามารถจัดหาสินค้าและบริการครบถ้วนทุกรายการมาสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกคนได้ ลูกค้าที่มีฐานะดีบางที่อาจไม่ต้องการ

ข้อสินค้าในลักษณะที่ตองปะปนกับลูกค้าทั่ว ๆ ไปก็ได้ ลักษณะพิเศษของลูกค้าประเภทนี้มักมีความต้องการแต่สินค้าที่มีคุณภาพดีเยี่ยมและการได้รับบริการพิเศษแตกต่างจากลูกค้าอื่น โดยไม่คำนึงถึงปัญหาทางด้านราคาก็ การให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนี้ ทางๆ จึงต้องจัดให้มีแผนกขายสินค้าแก่ลูกค้าประเภทนี้เป็นแผนกพิเศษ เช่น จัดให้มีการตกแต่งแผนกขายสินค้าดังกล่าวนี้ให้ความสวยงามเป็นพิเศษ หรือการจัดให้มีพนักงานขายที่ได้รับการอบรมหรือคัดเลือกเป็นพิเศษมาคอยให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนี้ นอกจากนี้ การโฆษณาและวิธีการส่งเสริมการขายก็มักจะต้องมีวิธีการพิเศษที่แตกต่างไปจากแบบที่ใช้อยู่โดยทั่ว ๆ ไป ฯลฯ

แต่ในทางตรงข้าม ทางๆ ก็มีลูกค้าอีกประเภทหนึ่งซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีจำนวนค่อนข้างมาก ต้องการเลือกซื้อแต่สินค้าที่มีราคาถูกโดยไม่คำนึงถึงด้านคุณภาพหรือความสะดวกสบายต่าง ๆ ที่จะได้รับ แม้ในบางครั้งในการซื้อสินค้าจะได้รับความลำบากบ้างก็ยินดี ขอเพียงแต่ให้สินค้ามีราคาถูกเท่านั้นก็พอใจ

ขอเท็จจริงในประเด็นนี้ ทางสรรพสินค้าในไทยก็ได้ให้ความสนใจและจัดจำแนกแบ่งแยกแผนกขายสินค้าให้มีลักษณะแตกต่าง ๆ ไปตามลักษณะของลูกค้า ดังนี้.-

๑) แผนกขายสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาสูง (Boutique) สินค้าที่มีขายในแผนกนี้ส่วนมากได้แก่ เครื่องปฏิมากรรม เครื่องประดับเพชรพลอย เครื่องประดับขายนที่มีราคาแพง กระเป๋าถือสตรี นาฬิกา ปากกา ฯลฯ โดยมีมุ่งหมายที่จะขายให้ผู้บริหารที่มีรายไคสูงเป็นส่วนใหญ่

๒) แผนกขายสินค้าให้กับผู้บริหารระดับกลาง สินค้าในแผนกนี้มีมากมาย เช่น เครื่องเล่นจานเสียง วิทยุ เครื่องสำอาง เสื้อผ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ราคาสินค้าที่ขายในแผนกนี้ส่วนมากอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง คุณภาพสินค้าอยู่ในเกณฑ์ที่พอสมควร

๓) แผนกขายสินค้าราคาถูก การขายสินค้าในแผนกนี้มุ่งที่จะขายให้แก่วัยรุ่นที่มีรายได้น้อยเป็นส่วนใหญ่ การขายสินค้าในแผนกนี้ส่วนมากมักเป็นสินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ของเล่น เครื่องกีฬาเด็ก หรือสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพ เช่น ชันน้ำ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน กระจาขำระ ฯลฯ ปกติสินค้าดังกล่าวมักวางขายในชั้นล่างของห้างฯ เพื่อเป็นการจูงใจเรียกลูกค้าให้เข้าห้างฯ

๘. หลักในการดำเนินงานของห้างสรรพสินค้า

ห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มักจะยึดถือหลักในการดำเนินงานที่จะถือปฏิบัติต่อผู้บริโภคนั้นนี้.-

๑. ความซื่อสัตย์ ห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่จะยึดถือหลักความซื่อสัตย์และบริสุทธิ์ใจต่อผู้บริโภคนั้นเป็นหลักสำคัญในการดำเนินงาน กล่าวคือ ห้างฯ จะไม่ยอมหลอกลวงผู้บริโภครหรือลูกค้าของห้างฯ ให้สำคัญผิดทั้งในด้าน คุณภาพ ปริมาณ และราคาสินค้า โดยให้หลักประกันว่า ถ้าหากสินค้าใดที่ผู้บริโภครหรือลูกค้าซื้อไปนั้น ถ้าหากเกิดความผิดพลาดอันเนื่องมาจากความบกพร่องของห้างฯ แล้ว ห้างฯ ก็ยินดีที่จะรับคืนสินค้านั้นทันทีหรือเปลี่ยนสินค้าใหม่ที่มีคุณลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคนั้นที่

๒. คุณภาพของสินค้า ห้างสรรพสินค้าจะพยายามทุกวิถีทางที่จะคัดเลือกแต่สินค้าที่มีคุณภาพดี หรือที่เป็นมาตรฐานจริง ๆ จากนานาประเทศมาสนองความต้องการของผู้บริโภคร เพื่อให้ผู้บริโภครเกิดความมั่นใจว่า สินค้าที่ซื้อจากห้างฯ จะมีคุณภาพเป็นมาตรฐานจริง ๆ ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างชื่อเสียงของห้างฯ ให้ได้รับความนิยมและเชื่อถือจากผู้บริโภครมากยิ่งขึ้น และเป็นหลักประกันว่าผู้บริโภครจะไม่ผิดหวังเลย เมื่อซื้อสินค้าจากห้างฯ

๓. ราคาที่ยุติธรรม ห้างสรรพสินค้าตระหนักดีว่า ราคาสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่ง ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร ดังนั้น เมื่อห้างฯ จะตั้งราคา

สินค้าชนิดใดก็ตามที่จะต้องมีการศึกษาและพิจารณาให้ละเอียดรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อนั้นมีคุณค่าสมกับจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อซื้อสินค้าอย่างดีที่สุด
ทางฯ จะไม่ฉวยโอกาสทำกำไรเกินควรหรือตั้งราคาสินค้าให้สูงเกินไป เพื่อประโยชน์ใน
ด้านการเก็บกำไร แต่ในทางตรงข้ามกลับพยายามที่จะขายสินค้าและบริการทุกชนิดในราคา
ต่ำ เพื่อให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปได้ใช้แต่สินค้าและบริการที่ดี แต่ราคาต่ำเพื่อเสริมสร้าง
ประโยชน์สุขในการดำรงชีพให้แก่ประชาชน

๔. รูปแบบสินค้าที่ทันสมัย เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ เสมอ ทางฯ จะพยายามเสาะแสวงหาสินค้าที่ทันสมัย มีรูปแบบ สีสรรที่
แปลก ๆ ใหม่ ๆ หรือสินค้าที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดียิ่งจากนานาประเทศมาเสนอเพื่อ
ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ในราคาที่ยุติธรรม

๕. บริการ การให้บริการและการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค
เป็นสิ่งทีทางฯ ถือเป็นหลักและนโยบายที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพอใจและ
ประทับใจให้แก่ผู้บริโภคมากที่สุด บริการใดที่ผู้บริโภคต้องการให้มี เช่น บริการการ
ต้อนรับของพนักงานขายที่สุภาพ ความสวยงามของการจัดสถานที่ เครื่องปรับอากาศ
บันไดเลื่อน หรือเสียงเพลงที่ไพเราะ ฯลฯ ทางฯ ก็จะพยายามจัดหาบริการเหล่านี้
มาสนองความต้องการให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคอยากมาชมหรือ
ซื้อสินค้าจากทางฯ เป็นประจำเสมอ
