

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษา

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ขายพบว่า ผู้ขายสินค้าในตลาดสดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยขายสินค้ามานานกว่า 10 ปี

เหตุผลสำคัญของการเลือกขายสินค้าในตลาดคือ ใกล้กับที่พักอาศัย เพื่อสะดวกในการเดินทางมาขายสินค้า รายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายต่อวันต่ำกว่า 1,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วจะมีรายได้ต่อวันต่ำกว่า 500 บาท ร้านค้าส่วนใหญ่ขายสินค้าเพียงคนเดียวไม่มีลูกจ้าง โดยเสียค่าเช่าแผงรายวันมากกว่า 60 บาท ซึ่งผู้ขายเห็นว่ามีราคาค่อนข้างแพงเกินไป และผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ต้องเสียค่ากินเปล่ารายปีให้กับเจ้าของตลาด สินค้าที่รับมาขายส่วนใหญ่รับผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยไปขนสินค้ามาเองจากตลาดขายส่ง เช่น ตลาดต้นลำไย ตลาดเมืองใหม่ เป็นต้น ผู้ขายส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขนาดของตลาดปัจจุบันที่ขายสินค้าอยู่มีขนาดที่เหมาะสมแล้ว รวมถึงจำนวนผู้ขายสินค้าชนิดเดียวกันมีความเหมาะสม และราคาสินค้าไม่มีความแตกต่างทั้งในตลาดเดียวกันและตลาดอื่นๆ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ผู้ขายส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าหน่วยงานราชการควรออกกฎหมายควบคุมขนาด สถานที่ตั้ง และจำนวนสาขาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และปัญหาสำคัญที่ผู้ขายประสบคือ ปัญหาด้านจำนวนลูกค้าที่เข้ามาจับจ่ายในตลาดลดลงอันเนื่องจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

การวิเคราะห์ค่าสถิติ t-test การศึกษาได้แบ่งกลุ่มของตลาดเป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดหนองหอย ตลาดศิริวัฒนา และตลาดสุเทพ ตลาดขนาดเล็ก ประกอบด้วย ตลาดสันป่าข่อย ตลาดบ้านท่อ ตลาดบริบูรณ์ และตลาดมิ่งเมือง เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของตลาดที่มีขนาดแตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นของผู้ขายในด้าน 1. ความสะดวกสบาย ความสะอาดของสถานที่ในการเลือกซื้อสินค้า 2. การให้บริการ 3.รูปแบบ ความทันสมัยของร้านค้า 4. การเดินทาง 5. ความหลากหลายของสินค้า 6. ผลกำไรก่อนการเข้ามาเปิดของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ในด้านปัญหาที่ผู้ขายประสบพบว่า ค่าเฉลี่ยของตลาดที่มีขนาดแตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นของผู้ขาย โดยผู้ขายประสบปัญหาทางด้านเทคนิคในการบริหารจัดการร้าน การให้ข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริโภค และสภาพทางด้านกายภาพของตลาดสดในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ Pearson Chi – Square จากนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่ผู้ประกอบการในตลาดสดได้รับจากการดำเนินกิจการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ พบว่า

**ทางด้านกายภาพ** เนื่องจากสภาพทางด้านกายภาพส่วนใหญ่ของตลาดสด เป็นอาคารชั้นเดียว หรือเป็นอาคาร 2-3 ชั้น เป็นตึกแถว ไม่มีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการเลือกซื้อ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดสดต้องปรับปรุงร้านค้าให้มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ปรับปรุงด้านความสะดวกของสินค้า และบริเวณโดยรอบร้านหรือแผงสินค้า มีการจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการเลือกซื้อ การดำเนินธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดสดต้องลดขนาดของร้านค้า/แผงขายสินค้าให้มีขนาดเล็กลง เพื่อลดต้นทุนการดูแลและจ่ายค่าเช่า

**ทางด้านสังคม** เนื่องจากการดำเนินกิจการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น โดยมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการตลาดสดน้อยลง ผู้บริโภคมีการวางแผนในการซื้อสินค้ามากขึ้น ใช้เวลาในวันหยุดในการเข้าไปจับจ่ายในธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ จะเข้าไปซื้อสินค้าในตลาดเมื่อขาดสินค้านั้นๆ กะทันหัน และจะซื้อในปริมาณที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดสดและลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อกันลดลง แต่การดำเนินการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติไม่มีผลทำให้จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในตลาดสดลดลง

**ทางด้านเศรษฐกิจ** ผลจากความถี่ในการมาใช้บริการของตลาดสดลดลง และผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง ทำให้ปริมาณการขายสินค้าของผู้ประกอบการในตลาดสดลดลง และมีผลทำให้รายได้และกำไรของผู้ประกอบการในตลาดสดลดลง

เมื่อพิจารณาผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การเลือกตลาดขายสินค้า จากการศึกษาของเพชร จงท่าโชค (2528) เหตุผลสำคัญในการเลือกตลาดของผู้ค้าคือ เหตุผลทางด้านธุรกิจ คือมีลูกค้าติดตลาดมาก ซึ่งแตกต่างจากการศึกษารุ่นนี้ที่ผู้ขายเลือกตลาดเนื่องจากใกล้ที่พักอาศัย มีความสะดวกในการเดินทาง

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พบว่า ผู้ซื้อสินค้ามีความถี่ในการเข้ามาซื้อสินค้าที่ตลาดสดลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิไลรัตน์ เสียมภักดี (2544) ที่ศึกษาถึงการเข้ามาเปิดกิจการห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าผู้ซื้อไปซื้อสินค้าที่ตลาดสดน้อยลง เนื่องจากผู้ซื้อในปัจจุบันเป็นผู้ใช้บริการที่จับจ่ายใช้สอยอย่างมีเหตุผลมากขึ้น มีความระมัดระวังในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น และหันมาเน้นซื้อสินค้านำราคาถูกและเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยผู้ซื้อจะพยายามมองหาทางเลือกหลายๆ ทางประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และใช้เวลาในการตัดสินใจนานขึ้น เพื่อให้แน่ใจว่าผลตอบแทนที่จะได้รับจากสินค้านั้นคุ้มค่าและสินค้ามีคุณภาพภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ โดยหันไปใช้เวลาในวันหยุดเข้าไปซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากเป็นแหล่งรวมสินค้านานาชนิด มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และสินค้ามีความสะอาดกว่า และเหตุผลสำคัญคือราคาสินค้าไม่ได้มีราคาแพงกว่าซื้อจากร้านค้าทั่วไป บางอย่างมีราคาถูกกว่า มีบรรยากาศที่สวยงาม และสามารถหาซื้อสินค้าอื่นๆ ที่จำเป็นได้อย่างครบครัน รวมถึงผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องมีเงินสดติดตัวทำให้สามารถจับจ่ายสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย

ด้านราคาสินค้า จากการศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544) ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการมีป้ายราคาสินค้าที่สังเกตเห็นได้ชัด การมีสินค้านำราคาถูกกว่าร้านค้าอื่นๆ การลดราคาสินค้าตามเทศกาล หรือมีการจำหน่ายสินค้าแบบยกแพ็คเกจที่มีราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติ แต่ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากราคาค่าต้นทุนของสินค้าค่อนข้างสูง การลดราคาลงมาอาจส่งผลให้ผลต่างของกำไรที่ได้รับลดลง จากผลการศึกษาดังกล่าวผู้ขายสามารถนำมาปรับใช้ในการขายสินค้าของตน เช่น การติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน รวมถึงการแจก แคม สินค้าให้กับผู้ซื้อ เป็นต้น

ผู้ประกอบการในตลาดสดได้ให้ข้อเสนอแนะและมาตรการเกี่ยวกับการดำเนินการและขยายสาขาอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ คือ

1. ควรมีการกำหนดเวลาเปิด - ปิดของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ
2. ไม่อนุญาตให้มีการขายสินค้านำราคาต่ำ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุด ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเป็นส่วนใหญ่ และจะมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าก็เมื่อขาดเหลือสินค้าและซื้อในปริมาณที่น้อยกว่าแต่ก่อนมาก
3. ไม่ควรอนุญาตให้มีการเปิดสาขาของเทศโก้ โลตัสในสถานบริการน้ำมัน

4. กำหนดการเก็บภาษีสำหรับกิจการธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติในอัตราที่แตกต่างไปจากธุรกิจค้าปลีกทั่วไป

5. กำหนดทำเลที่ตั้งของสาขาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติให้อยู่ห่างจากตลาดสด และออกกฎหมายควบคุมทางด้านขนาดพื้นที่และจำนวนสาขา

แต่ก็มีผู้ประกอบการบางส่วนที่เห็นด้วยกับการขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เพราะผู้บริโภคจะได้มีทางเลือกมากขึ้น และผู้ประกอบการในตลาดสดสามารถไปเลือกซื้อสินค้าราคาถูกจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเพื่อมาขายต่อในร้านได้ และมีผู้ประกอบการในตลาดสดที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติทั้งนี้เพราะมีลูกค้าประจำ ขายสินค้าที่แตกต่างจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และมีทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลจากที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ปัจจุบันไม่เพียงแต่ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเท่านั้นที่ผู้ประกอบการในตลาดสดจะต้องหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ ตลาดนัดหมุนเวียนที่มีมากขึ้นในปัจจุบันก็เป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการในตลาดสดเช่นกัน เพราะตลาดนัดหมุนเวียนไม่มีการเก็บค่าเช่าที่ ทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่า และจากเดิมที่จะจัดตลาดนัดหมุนเวียนสัปดาห์หรือเดือนละครั้ง ปัจจุบันมีความถี่ในการตั้งตลาดนัดหมุนเวียนมากขึ้น เช่น ตลาดนัดวัดโป่งน้อย ที่เปิดให้บริการบริเวณลานวัด ให้บริการสัปดาห์ละ 2 วัน ซึ่งขายสินค้าราคาถูก สามารถแข่งขันกับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในตลาดสุเทพได้เช่นกัน

ร้านสะดวกซื้อที่มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันก็เป็นรูปแบบร้านค้าหนึ่งที่ผู้ประกอบการในตลาดสดต้องหากกลยุทธ์เพื่อมาแข่งขันด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการในตลาดสดควรปรับตัวในด้านอื่นๆ เช่น ด้านตัวสินค้า ด้านการบริการลูกค้า ด้านสินค้าคงคลัง ด้านการจัดร้าน และด้านการบริหารงานร้าน ซึ่งข้อสำคัญที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจคือ การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าให้มากขึ้น ตัดสินค้าที่ขายไม่ได้ออกจากร้าน และขายสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ปรับราคาขายลงโดยอาศัยส่วนต่างของกำไรลดลง และบริหารงานภายในร้านเองเพื่อลดต้นทุน

## 6.2 ปัญหาที่พบในตลาดสด

- สถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอ ตลาดสดบางแห่งจัดสถานที่จอดรถไว้ให้กับลูกค้าโดยตรง โดยห้ามไม่ให้ผู้ขายนำรถเข้ามาจอดในสถานที่จอดรถที่ทางตลาดจัดไว้เพื่อไม่ให้มีปัญหาการหาที่จอดรถสำหรับลูกค้า เช่น ตลาดศิริวัฒนา เป็นต้น

- การระบายน้ำ มีเศษอาหาร เศษขยะตกค้างอยู่ในรางระบายน้ำ เกิดการเน่าเสียส่งกลิ่นเหม็นรบกวนทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ
- สถานที่รับส่งสินค้า ไม่มีสถานที่สำหรับรับส่งสินค้าที่จัดไว้ให้ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในการรับส่งสินค้ากันระหว่างผู้ขายและคนส่งสินค้า
- การระบายอากาศ ไม่มีการระบายอากาศภายในตลาดแม้ว่าจะมีการติดตั้งเครื่องระบายอากาศก็ตาม แต่ก็ไม่ได้เปิดใช้งาน ทำให้ควันจากการปิ้งย่าง รวมถึงอากาศภายในตลาดไม่มีการไหลเวียน ทำให้เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์ภายในตลาด
- การจัดเก็บและกำจัดขยะ ควรมีการเพิ่มจุดรวบรวมขยะให้มากขึ้น เนื่องจากตลาดสดจะมีสถานที่รวบรวมขยะบริเวณหลังตลาด และควรเพิ่มถังขยะให้กระจายโดยรอบตลาด

### 6.3 ข้อเสนอแนะ

#### 1) ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของตลาด

- การจัดระเบียบของตลาดสดใหม่ คือ เร่งพัฒนาพื้นที่เดิมให้ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เน้นไปที่ตลาดต้องสะอาด สว่าง ไม่เปียกแฉะและไม่ส่งกลิ่นเหม็น และเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอกับความต้องการ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด
- จัดให้มีการตรวจคุณภาพสินค้าตามหลักสุขอนามัย รวมถึงการตรวจความเที่ยงตรงของตราซัง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้จ่ายภายในตลาดสด
- เพิ่มสินค้าให้หลากหลายครบวงจร โดยยกเว้นหรือลดหย่อนค่าเช่าระยะหนึ่งให้แก่แม่ค้าที่มีสินค้าใหม่ๆ เช่น ผลไม้ ดอกไม้ต่างประเทศ ผักปลอดสารพิษ ปลา กุ้งทะเลเป็นๆ เป็นต้น

#### 2) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ขายสินค้าในตลาดสด

แม้ว่าธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติจะขายสินค้าในราคาถูกก็มิได้เป็นปัจจัยสำคัญเพียงอย่างเดียวที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการได้ แต่ก็ยังมีปัจจัยสำคัญด้านอื่นๆ เช่น รูปแบบร้านที่ทันสมัยกว่า สะอาดกว่า การเดินเลือกซื้อสินค้ามีความสะดวกสบายกว่า สามารถเลือกสินค้าได้ตามความต้องการ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในตลาดสดได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ซึ่งผู้ประกอบการในตลาดสดก็ไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้เพราะต้นทุนสินค้าของตลาดสูงกว่า และผู้ประกอบการในตลาดสดยังคงต้องการส่วนต่างของกำไรที่ค่อนข้างสูงเมื่อ

เทียบกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ดังนั้นแล้วผู้ประกอบการในตลาดสดควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนาทางด้าน

- ด้านต้นทุนสินค้า ในการหาซื้อสินค้ามาจำหน่าย โดยหาสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งในปริมาณที่พอจำหน่ายไม่เหลือเป็นสินค้าคงคลังเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า
- มีการจัดร้านให้เป็นระเบียบ สะอาด และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ หรือมีการจัดโซนประเภทสินค้า
- สร้างและรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า มีบริการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ เช่น การรับสั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ การจัดส่งสินค้าให้ถึงบ้าน เป็นต้น
- การขายสินค้าคนละประเภทกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ โดย เป็นเหตุผลหลักของการปรับตัวเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดจากกระแสแข่งขันได้บ้าง
- มีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองและขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

#### 6.4 ปัญหาและอุปสรรค

1. การเลือกจำนวนตัวอย่างตลาดเพียง 8 ตลาด จาก 22 ตลาด อาจทำให้ข้อมูลที่ได้อาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้ เนื่องจากจำนวนตัวอย่างมีจำนวนน้อย
2. ในการเก็บข้อมูลผู้ขายไม่ค่อยให้ความร่วมมือ เพราะอาจคิดว่าการให้ข้อมูลมาก็ไม่ได้มีผลกลับไปยังผู้ขายเอง เนื่องจากมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามในตลาดสดหลายราย
3. ในด้านผู้ดูแลตลาด เกือบทุกตลาดจะจ้างผู้จัดการตลาดให้คอยดูแลความเรียบร้อยภายในตลาด ทำให้ไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของเจ้าของตลาด