

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่มีต่อผู้ประกอบการ
ในตลาดสด เทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวกฤษณา พุ่มเล็ก

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผศ.ดร.ไพรัช	กาญจนการุณ	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ
ผศ.ดร.นิสิต	พันธมิตร	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคั่วอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพของตลาดสดก่อนและหลังการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ และปัญหาหลังจากการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการในตลาดสด เทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา, ลิเคิร์ต สเกล การทดสอบไคสแควร์ และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี t-test ซึ่งวิเคราะห์จากแบบสอบถามจำนวน 305 ชุด จากผู้ขายในตลาดสด 8 แห่ง ได้แก่ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดหนองหอย ตลาดศิริวัฒนา ตลาดสุเทพ ตลาดสันป่าข่อย ตลาดบ้านท้อ ตลาดมิ่งเมือง ตลาดบริบูรณ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ขายสินค้าในตลาดสดเทศบาลนครเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยขายสินค้านานกว่า 10 ปี รายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายต่อวันต่ำกว่า 1,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วจะมีรายได้ต่อวันต่ำกว่า 500 บาท โดยเสียค่าเช่าแผงรายวันมากกว่า 60 บาท ซึ่งผู้ขายเห็นว่ามีราคาค่อนข้างแพงเกินไปเพราะผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่ต้องเสียค่ากินเปล่ารายปีให้กับเจ้าของตลาด

เมื่อทำการวิเคราะห์ค่าสถิติ t-test โดยแบ่งตลาดเป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดขนาดใหญ่ และ ตลาดขนาดเล็ก พบว่า ความคิดเห็นของผู้ขายมีความแตกต่างกันในด้านความสะดวกสบายและ ความสะอาดของสถานที่ในการเลือกซื้อสินค้า การให้บริการ รูปแบบความทันสมัยของร้านค้า การ เดินทาง ความหลากหลายของสินค้า และผลกำไรก่อนการเข้ามาเปิดของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่ผู้ขายในตลาดสดคือด้านกายภาพ ผู้ขาย ต้องลดขนาดของร้านค้า/แผงขายสินค้าให้มีขนาดเล็กลง เพื่อลดต้นทุนการดูแลและจ่ายค่าเช่า และ ปรับปรุงร้านค้าให้มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ด้านความสะดวกของสินค้า และบริเวณ โดยรอบร้านหรือแผงสินค้า ด้านสังคม ผู้ขายและผู้ซื้อมีความสัมพันธ์ต่อกันลดลงเนื่องจากความถี่ ในการมาใช้บริการลดลง แต่การดำเนินการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติไม่มีผลทำให้จำนวนผู้ซื้อ ลดลง และด้านเศรษฐกิจ มีผลทำให้ปริมาณการขายสินค้าลดลง รวมถึงรายได้และผลกำไรลดลง

Independent Study Title Impacts of Multi-national Retail Business on
Entrepreneurs of Fresh Markets in Chiang Mai
Municipality

Author Ms. Krissana Pumelake

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Pirut Kanjanakaroon Chairperson

Assoc. Prof. Thanee Sriwichailamphan Member

Asst. Prof. Nisit Pantamit Member

ABSTRACT

This study aims to review and analyze the existing forms of the fresh market before and after the establishment of Multi-national retail business, and the problems including solutions of those problems affected by the settle of Multi-national retail business. The statistical devices employed in the data analysis were descriptive statistics, Likert Scale, Chi-square and T-test. The data are collected by using the questionnaire from the sample size of 305 vendors in 8 fresh markets namely Pra Too Chiang Mai fresh market, Nong Hoi fresh market, Siriwatana fresh market, Suthep fresh market, Sanpakoi fresh market, Bantor fresh market, Ming Muang fresh market and Bariboon fresh market.

The findings of the study indicate the majority of vendors are female, age between 41-50 years old, and the educational background is primary school, live in Chiang Mai municipality area, and work as the vendors about 10 years or more. Their gross income is less than 1,000 baht per day and net income is less than 500 baht per day. The rental cost is more than 60 baht per day which is too expensive for the vendors to pay the annual fee.

The result of t-test between large size and small size fresh markets reveal that the vendors opinion of two market are significantly different in convenience and hygiene, customer services, modernization, differentiation products, profit before the establishment the Multi-national retail business.

The results also find that the physical impact leads the vendors to downsize their firms for reducing the cost and the rental fee. Thus, they should continue on the renovation in shop's outlook, buyer's convenience, goods hygiene and its surrounding for shopping. In the social impact, the vendors and the customers have less relationship because the less buying frequency but the numbers of the customers were not affected by the Multi-national retail business. The economic impact found that the sale quantity, income and profit were decreased.