

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตและการดำรงชีวิตของผู้คนมาตั้งแต่สมัยอดีต ทั้งการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคและบริโภค ที่ผู้คนได้เข้ามาซื้อหาข้าวของเครื่องใช้ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน เช่น ทำกับข้าวในครัวเรือน หรือซื้อเพื่อนำไปทำเป็นอาหารค้าขายต่อไป ซื้อเสื้อผ้าเพื่อนำไปสวมใส่ เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่งตลาดจะเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดอาชีพและการหมุนเวียนของแหล่งเงินทุน คือจะมีผู้คนมากมายที่มาทำอาชีพค้าขาย รับจ้างและลงทุนในการขายของ เพื่อหวังผลกำไรตอบแทนในการนำเงินไปเลี้ยงชีพเลี้ยงครอบครัว ตลาดจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างมากสำหรับบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของอยู่ในตลาดและผู้ซื้อของในตลาดเพื่อการดำรงชีวิตรประจำวัน

แต่ปัญหาและอุปสรรคสำหรับพ่อค้าแม่ค้าก็มีให้เห็นอยู่บ่อย ๆ ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือปัญหาระหว่างผู้ที่ทำการค้าขายกับหน่วยงานของรัฐ คือ เทศกิจหรือสำนักงานเขต ทั้งในเรื่องของเวลาในการค้าขาย สถานที่ตั้งวางขาย การรื้อถอน การถูกเรียกเก็บเงินนอกระบบ ทั้งจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ พวกมาเฟีย หรือกลุ่มอิทธิพลที่เข้ามาแสดงความคุ้มครอง การจับการปรับและยึดสินค้าของที่ขาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองยังเป็นปัญหามาจนปัจจุบันที่ต้องการการแก้ไขอย่างถูกวิธีและต้องแก้ไขอย่างต่อเนื่องเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจให้แก่พ่อค้าแม่ค้ากับการทำงานของรัฐทั้งสองฝ่าย อีกอย่างหนึ่งซึ่งเป็นปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นและยังเป็นข้อถกเถียงกันอยู่ในปัจจุบันและยากต่อการแก้ไขในอนาคต คือ ปัญหาห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Big C, LOTUS ของบรรดานักลงทุน โดยเฉพาะนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากคนไทย โดยเฉพาะคนที่มีฐานะปานกลางไปจนถึงฐานะยากจน ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางตลาดของบรรดาพ่อค้าแม่ค้าและเข้ามาแทรกแซงตลาดสดที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพราะมีความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเงินลงทุน สถานที่ในการรองรับลูกค้า เช่น ที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เป็นข้อได้เปรียบจะทำให้ผู้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่จะหันไปซื้อของในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้ทดแทนในตลาดสด จะก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบกับพ่อค้าแม่ค้าในอนาคต โดยจะมี

ลูกค้าน้อยลงและมีเงื่อนไขในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบรรดาพ่อค้าแม่ค้าเหล่านี้เริ่มตื่นตัวมากขึ้น ทั้งนี้บรรดาพ่อค้าแม่ค้าเองจะยังไม่เห็นผลกระทบที่ชัดเจนนัก

ผู้ศึกษามีความประสงค์เพื่อที่จะช่วยในการมองปัญหาของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดบางแค เพราะตลาดบางแคเป็นตลาดแห่งหนึ่งที่เก่าแก่และมีการค้าขายมาเป็นระยะเวลาช้านาน โดยมีลักษณะการค้าขายที่เรียกว่า ตลาดสด คือเป็นที่ค้าขายอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อ ไข่ หมู ฯลฯ มีกลุ่มพ่อค้าขายที่สืบทอดกันมานานหลาย ๆ รุ่น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับตัวผู้ที่จะทำการศึกษาค้นคว้าวิจัย ได้ทำงานกับการค้าขายในบริเวณใกล้เคียงกับตลาดบางแคมาตั้งแต่เยาว์วัย จึงได้มองเห็นสภาพความเป็นอยู่ชีวิตการค้าขาย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแค เช่น ปัญหาในการปรับและจับของพนักงานเทศกิจ การเก็บเงินค่าบริการ ค่าเช่า จากสำนักงานเขต ที่เป็นข้อข้องใจของบรรดาพ่อค้าแม่ค้า สภาวะเศรษฐกิจกับการใช้จ่ายซื้อของในตลาดบางแคของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงทางสังคมชาวตลาดบางแคจากอดีตจนถึงปัจจุบัน กระแสการเปลี่ยนแปลงจากการเกิดขึ้นของร้านโชวห่วย ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น LOTUS, TOP, Big C เป็นต้น กับผลกระทบต่อรายได้ของพ่อค้าแม่ค้าตลาดบางแค การเกิดขึ้นของการลงทุนจากนักธุรกิจที่ซื้อและขยายพื้นที่ขายของโดยการรับผู้ขายเข้ามามากขึ้นในตลาดบางแค ความต้องการด้านคุณภาพความสะดวก ถูกหลักอนามัยของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น

ตัวผู้ศึกษาเองในฐานะผู้ที่เรียนสาขา การพัฒนาแรงงานและสวัสดิการ จึงอยากจะนำความรู้ที่ได้ศึกษาและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีเพื่อมาใช้ในการศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแค โดยการเปรียบเทียบพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของในตลาดบางแคคือผู้ใช้แรงงานประเภทหนึ่งในส่วนของแรงงานนอกระบบซึ่งพวกเขาเหล่านั้นมีความเป็นมาอย่างไร ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของแรงงานพ่อค้าแม่ค้าคือความต้องการด้านต่าง ๆ เปรียบเทียบเป็นสวัสดิการและความคุ้มครองที่ต้องการ ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปใช้งาน ใช้แก้ไขวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาเพิ่มเติมต่อไป อีกทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยมาเผยแพร่เพื่อพัฒนาต่อไปในภายหน้า จึงได้ศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ดังนี้

ตลาดในกรุงเทพมหานคร

ตลาดทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก ตลาดนัด และอื่น ๆ ได้ขยายตัวไปพร้อมกับการเจริญเติบโตและการเพิ่มของประชากรซึ่งมีความแตกต่างกันมากระหว่างรายได้ของคนรวยที่สุดกับคนจนที่สุด และจะใช้ตลาดหลาย ๆ ประเภทที่คนหลาย ๆ กลุ่มรายได้ใช้มาเปรียบเทียบเพื่อตอบคำถามว่าตลาดที่ใช้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพียงใด เป็นที่ทราบกันดีว่า “คนจนจ่ายเงินซื้ออาหารมากกว่าคนรวย” เหตุผลอาจเนื่องจากคนจนไม่สามารถซื้ออาหารเก็บไว้ได้ที่ละมาก ๆ ต้องซื้อทีละน้อย ๆ เท่าที่จำเป็นต้องใช้ไม่มีที่เก็บอาหารได้นาน ๆ เช่น ตู้เย็น ตู้แช่ ไม่มีความคล่องตัวและความสามารถในการสะสมเงินทุน นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นมากมายในประเด็นเหล่านี้ แต่มีส่วนน้อยมาก ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความจริงและการวิเคราะห์

อย่างที่ทราบกันแล้วว่า แหล่งที่คนเราจะได้มาซึ่งอาหารก็คือ ตลาด แต่ตลาดนั้นเคลื่อนที่ไม่ได้ (Non-movable) คนเราต้องเข้าไปประกอบกิจกรรมซื้อขายกันในพื้นที่ ความสำคัญของแต่ละตลาดจึงอยู่ที่ที่ตั้ง (location) ของตลาด ซึ่งเป็น constraint สำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรมของผู้ขายและผู้ซื้อ ที่ตั้งตลาดต่างกันทำให้ต้นทุนต่างกัน (เช่น ค่าเช่าแผง ค่าสิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ) เป็นเหตุให้มี contracts หลายรูปแบบเกิดขึ้นระหว่างเจ้าของตลาดกับผู้ขายแต่ละราย

การที่ผู้ซื้อกับผู้ขายมาพบกัน แลกเปลี่ยนสินค้ากันนั้น ย่อมมีต้นทุนเกิดขึ้น อาทิ เช่น Information cost, transaction cost, time cost การที่ทั้งสองฝ่ายจะได้รับความพอใจด้วยกันทั้งคู่ ก็ต้องมี contracts เข้ามาเกี่ยวข้อง อาจจะเป็น contracts ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เช่น สัญญาปากเปล่า สัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร และการให้เครดิต

อย่างไรก็ตาม การมองปัญหาแบบผิวเผินเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดอันตราย เป้าหมายหลักคือ กรุงเทพมหานครไม่ได้ประกอบไปด้วยประชากรที่ร่ำรวยนักจะกินอะไรหรือซื้ออะไรก็สามารถทำได้ แต่กรุงเทพมหานครประกอบไปด้วยประชากรที่ยากจนเป็นจำนวนมาก เขาเหล่านั้นจะต้องกินอาหารเหมือนทุก ๆ คนในกรุงเทพมหานคร และระบบตลาดที่ว่ามีประสิทธิภาพดี จะดีสำหรับประชากรซึ่งตั้งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา (คือประชากรที่ยากจน) หรือไม่ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กรุงเทพมหานครนำไปปรับปรุงนโยบายเกี่ยวกับตลาดในกรุงเทพมหานครให้ดีขึ้นอีก

การใช้แรงงานของพ่อค้าแม่ค้าในตลาด

พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีการใช้แรงงานที่เรียกว่า “ลูกจ้าง” ซึ่งลูกจ้างเหล่านี้มักมาจากต่างจังหวัด มากกว่าพ่อค้าแม่ค้าที่อยู่นอกตลาด เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดมักเป็นเจ้าของกิจการที่มีการหมุนเวียนทางการค้าและระบบการค้ามากกว่าพ่อค้าแม่ค้าที่อยู่นอกตลาด ซึ่งหาบเร่แผงลอยภายนอกตลาดนั้น พ่อค้าแม่ค้าจะเป็นผู้ทำการค้าขายเอง โดยผู้ที่ช่วยเหลือมักจะเป็นญาติพี่น้องมากกว่า สำหรับความแตกต่างในหัวข้อนี้ นับว่ามีความเกี่ยวข้องกับฐานะทางเศรษฐกิจของพ่อค้าแม่ค้า คือ พ่อค้าแม่ค้าที่มีแผงในตลาดนั้นฐานะทางการค้าดีกว่าพ่อค้าแม่ค้าหาบเร่ แผงลอย ด้านนอกรอบ ๆ ตลาด พ่อค้าแม่ค้าที่ไม่มีลูกจ้างต้องทำงานทุกอย่างจากแรงงานตนเอง หรือแรงงานคนในครอบครัวเท่านั้น ส่วนพ่อค้าแม่ค้าที่มีลูกจ้างจะได้รับการผ่อนแรงไปบ้าง ลูกจ้างมีหน้าที่ช่วยงานทุกอย่างเพื่อการค้าภายในตลาด เช่น จัดร้าน การส่งของให้ลูกค้า เก็บของ การล้างแผง ฯลฯ ลูกจ้างมีทั้งผู้หญิงและผู้ชายแต่ลูกจ้างผู้หญิงมักจะช่วยงานค้าขายมากกว่าลูกจ้างผู้ชาย อย่างไรก็ตามการมีลูกจ้างหรือไม่มีลูกจ้างของแม่ค้าไม่ใช่ประเด็นที่แน่นอนตายตัว เพียงจัดได้เป็นส่วนใหญ่ของพ่อค้าแม่ค้าที่อยู่ในตลาดเท่านั้น ที่มีลูกจ้าง กล่าวคือ พ่อค้าแม่ค้านอกตลาดมีการใช้แรงงานของลูกจ้างน้อยกว่าพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาด โดยพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดมีการใช้แรงงานของคนภายในครอบครัวอยู่ทั่วไปเช่นเดียวกับพ่อค้าแม่ค้านอกตลาด ส่วนพ่อค้าแม่ค้านอกตลาดนั้นแม้ว่าจะไม่มีลูกจ้างแต่ก็มีการจ้างงานจากคนรับจ้างเหมาของ ซึ่งจะรับจ้างเหมาให้กับพ่อค้าแม่ค้าทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกตลาด

อย่างไรก็ตาม นอกจากมีลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดและพ่อค้าแม่ค้าภายนอกตลาดแล้ว พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในตลาดและภายนอกตลาดยังมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน หรือมีลักษณะร่วมกันในบางประการ ได้แก่

1. การศึกษาของพ่อค้าแม่ค้า

พ่อค้าแม่ค้าทั้งนอกตลาดและในตลาดมักจะไม่ค่อยได้รับการเรียนหนังสือในระดับที่สูงนัก บุคคลที่จะได้รับการเรียนหนังสือส่วนใหญ่เป็นลูก ๆ ที่มาช่วยค้าขาย พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จึงมีอายุการเรียนอย่างน้อยในการศึกษาภาคบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มักเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่อยู่ในวัยที่มีครอบครัวแล้ว

2. อายุทางการค้า

ทั้งพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดและนอกตลาดมีอายุในการค้าแตกต่างกันไป อายุทางการค้า หมายถึง การขายมาเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งอาจทำให้เกิดการศึกษาและมี

ประสบการณ์ในการค้า อันจะส่งผลต่อการเลือกประกอบธุรกิจทางการค้า เช่น การมีลูกค้าขาประจำ การมีเทคนิคการขายที่ดี ดังนั้นการมีอายุหรือประสบการณ์ทางการค้ามาก อาจทำให้มีความรู้ทางการค้ามากขึ้น ดังที่จะเห็นว่า ระหว่างคำว่า เจ้าเก่า และ เจ้าใหม่ คำว่า เจ้าเก่า จะเรียกลูกค้าได้มากกว่า

3. เหตุผลในการเข้าสู่อาชีพพ่อค้าแม่ค้า

เหตุผลในการเข้าสู่อาชีพของพ่อค้าแม่ค้า ทั้งภายในตลาดและภายนอกตลาด มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในแง่ที่ว่า การเป็นพ่อค้าแม่ค้าเป็นอาชีพที่ไม่ได้รับจ้างใคร เป็นทางออกของคนกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มว่ามีอายุน้อย มีการศึกษาน้อย และมีความพึงพอใจที่จะประกอบการค้า เนื่องจากการไม่มีอาชีพ ที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ทำให้คนที่เข้าสู่การเป็นพ่อค้าแม่ค้า โดยการสร้างโอกาสทางการค้า คือ ลงทุนค้าขายเอง หรือ มีผู้แนะนำโอกาสทางการค้าให้ ได้แก่ การมีคนชักชวน เป็นอาชีพที่ทำให้เกิดการช่วยเหลือจุนเจือของตน พ่อค้าแม่ค้าบางรายจึงไม่ได้พอใจที่จะเป็น แต่มาเป็นพ่อค้าแม่ค้าเนื่องจากมีความจำเป็นหรือมีภาระในการดูแลและค่าใช้จ่ายภายในบ้าน นอกจากนี้ยังเกิดจากการสืบทอดกิจการค้าต่อจากคนรุ่นก่อนอีกด้วย ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าทั้งในตลาดและนอกตลาดได้ให้เหตุผลหลายประการที่ทำให้เข้าสู่อาชีพพ่อค้าแม่ค้าในลักษณะที่กล่าวมานี้ต่างกันไป ดังต่อไปนี้คือ

3.1 รายได้ดี พ่อค้าแม่ค้าทั้งนอกตลาดและในตลาดส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการเป็นพ่อค้าแม่ค้าเป็นอาชีพที่มีรายได้ดีกว่าเงินเดือนในกรณีที่ไม่มีความรู้ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ที่ตลาดมีพ่อค้าแม่ค้าที่มีความรู้ในระดับปริญญา และประกาศนียบัตรวิชาชีพ อยู่ภายในตลาด

3.2 มีความพึงพอใจ พ่อค้าแม่ค้าทั้งนอกตลาดและในตลาดส่วนใหญ่ ให้เหตุผลในการเป็นพ่อค้าแม่ค้าว่า มีความพึงพอใจ ให้เหตุผลที่พึงพอใจมากที่สุดว่า คิดว่าการเป็นพ่อค้าแม่ค้าเป็นอาชีพอิสระในแง่ที่ไม่อยู่ใต้งบบังคับใคร นอกจากนี้ยังให้สาเหตุที่รองลงมาได้แก่ การเป็นพ่อค้าแม่ค้านั้น มีรายได้ดีกว่าเงินเดือน

3.3 เป็นอาชีพที่ได้รับการสืบทอด พ่อค้าแม่ค้าทั้งในตลาดและนอกตลาด บางรายเป็นพ่อค้าแม่ค้าเพราะได้รับการสืบทอดอาชีพจากคนรุ่นก่อน พ่อค้าแม่ค้าที่ได้รับการสืบทอดกิจการค้าจากพ่อแม่เนื่องจากมีความถนัดในการค้าขายและเรียนหนังสือน้อย จึงทำให้เข้าสู่โอกาสทางการค้าที่พ่อแม่ได้สร้างไว้แล้วคือการขายต่อจากพ่อแม่ หรือญาติคนอื่น แต่อย่างไรก็ตามพบว่า มีพ่อค้าแม่ค้าที่เรียนจบในระดับการศึกษาชั้นปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ แต่มีน้อยในตลาด

3.4 ไม่มีอาชีพอื่น พ่อค้าแม่ค้าที่เคยประกอบอาชีพอื่น ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพที่ใช้แรงงานและได้รับค่าจ้างแรงงานต่ำมาก่อน เช่น ทำงานในโรงงาน เป็นลูกจ้าง ทำงานก่อสร้าง เป็นต้น พ่อค้าแม่ค้าให้เหตุผลในการเป็นพ่อค้าแม่ค้าเพราะไม่มีอาชีพอื่น ในบางรายไม่ชอบอาชีพการเป็นพ่อค้าแม่ค้า เมื่อเข้าสู่อาชีพพ่อค้าแม่ค้าแล้ว มักดำรงอาชีพนี้ไว้ได้นานเป็นส่วนใหญ่ สาเหตุต่าง ๆ ที่ทำให้ดำรงอาชีพได้นานเนื่องจากเหตุผลประการสำคัญคือ มีความพอใจในอาชีพพ่อค้าแม่ค้า เนื่องจากเกิดความถนัดในอาชีพ

แต่อย่างไรก็ตามสำหรับพ่อค้าแม่ค้าบางรายอาจบอกไม่ถูกว่ามีความพอใจในอาชีพพ่อค้าแม่ค้าหรือไม่เพราะบางคนไม่เคยเปลี่ยนงานเลย เนื่องจากทำสืบทอดมาจากครอบครัวเดิมมาโดยตลอด หรือไม่สามารถหางานที่ได้ผลตอบแทนที่ดีกว่าได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดทางความรู้ ดังนั้นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สามารถดำรงอาชีพพ่อค้าแม่ค้าได้ จึงได้แก่ ความพอใจในอาชีพพ่อค้าแม่ค้า และการไม่มีทางเลือกที่ดีกว่า กล่าวได้อีกอย่างคือมีความจำเป็น

ในการเป็นพ่อค้าแม่ค้านั้น ส่วนใหญ่คิดว่าความเป็นพ่อค้าแม่ค้าของตนเองมีลักษณะพิเศษจากอาชีพอื่น คือเป็นอาชีพที่ไม่แน่นอนในเรื่องรายได้ แต่มีความจำเป็นหรือมีความรู้สึกพอใจในความเป็นพ่อค้าแม่ค้าของตนเองอยู่ จึงทำให้ยังดำรงอาชีพนี้ต่อไป

อย่างไรก็ตาม การดำรงความเป็นพ่อค้าแม่ค้าจะได้รับความกระทบกระเทือน คือเกิดการเปลี่ยนอาชีพหรือเลิกขาย เมื่อพ่อค้าแม่ค้าประสบปัญหา ซึ่งที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งได้แก่ ปัญหาการขาดทุนจนหมดทุนหรือเป็นหนี้

4. ปัญหาของพ่อค้าแม่ค้า

ปัญหาของพ่อค้าแม่ค้าโดยรวม ได้แก่ปัญหาที่เกิดจากคุณลักษณะของอาชีพ เช่น ความเป็นอิสระ ซึ่งบางครั้งเป็นข้อดี และบางครั้งก็เป็นปัญหาของพ่อค้าแม่ค้าโดยรวมทั้งนอกตลาดและในตลาด คือ ในข้อดีพ่อค้าแม่ค้าเห็นว่าเป็นอิสระดีในแง่ที่ว่าไม่มีใครมาควบคุม ไม่มีใครมาบังคับ ส่วนความไม่อิสระเกิดจากพันธะทางการค้า กล่าวคือ พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะต้องประสบกับภาวะที่ต้องห่วงลูกค้า ทำให้ไปไหนมาไหนไม่ได้ ซึ่งในเวลาที่พ่อค้าแม่ค้าอยากพักผ่อน โดยการหยุดขายก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากทำให้ขาดรายได้ และยังทำให้เสียลูกค้าอีกด้วย

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของอาชีพค้าขาย อีกประการหนึ่งได้แก่ ช่วงเวลาทำงานของพ่อค้าแม่ค้า ในกรณีที่พ่อค้าแม่ค้าบางคนจะต้องนอนในตอนกลางวัน และขายของในตอนกลางคืน หรือบางคนต้องตื่นแต่เช้ามาขายของ ด้วยความอ่อนเพลีย ปัญหาอื่น ๆ นอกจากที่กล่าวมา การไม่มีสิ่งแบ่งเบาภาระอย่างเช่น ไม่มีรถส่วนตัว การเดินทางไม่ค่อยสะดวก ขาดคนส่งของ การไม่ได้แต่งตัวดี ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามปัญหาต่าง ๆ เป็นปัญหาที่ยังไม่ร้ายแรงต่อความเป็นพ่อค้าแม่ค้ามากนัก ปัญหาที่ร้ายแรงที่สุดได้แก่ ปัญหาเรื่องเงิน ซึ่งเป็นปัญหาที่พ่อค้าแม่ค้าทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะร่วมและมีความแตกต่าง โดยที่ปัญหาเรื่องการจัดการเงิน จัดได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุดของแม่ค้า ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไปในสาเหตุภายหลังจากการทำความเข้าใจในเรื่องระบบการค้าแล้ว

ลักษณะความเป็นชุมชนตลาด

ความเป็นชุมชนตลาดนั้นมีลักษณะที่สำคัญอยู่สามประการ คือ

ประการแรก

ในเรื่องของสินค้าและราคาสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นบ้าน เช่น ผักพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน ราคาสินค้าสามารถต่อรองและยืดหยุ่นได้ หรือ “ราคาขึ้นอยู่กับความพอใจ” ทั้งของผู้ขายและผู้ซื้อ ถ้าเป็นคนรู้จักกันก็จะลดราคาให้ มีของแถม หรือให้โดยไม่เอาเงิน ถ้ามีของเล็กน้อยหรือเป็นของที่เก็บมาขาย ก็จะไม่เก็บค่าเช่า จึงมีแนวความคิดว่า “ตลาดต้องเป็นของพ่อค้าแม่ค้า” และ “พ่อค้าแม่ค้าต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ” แต่ก่อนหลังคาตลาดคลุมออกมาจนถึงด้านนอก แต่พ่อค้าแม่ค้าไม่พอใจเพราะทำให้ตลาดมีดี เจ้าของตลาดจึงรี้ออกทำให้ข้างนอกเป็นลานโล่งจนถึงปัจจุบัน

ประการที่สอง

การเข้าถึงหรือเข้ามาทำการค้าขายในตลาด จะต้องผ่านการยอมรับของพ่อค้าแม่ค้าอื่น ๆ ในตลาด เงื่อนไขหนึ่งมาจากสถานที่ของตลาดค่อนข้างจำกัด และไม่สามารถขยายได้ ส่วนใหญ่จึงเป็นการสืบทอดทางเครือญาติ ที่ค้าขายอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นการสืบทอดทั้งในแง่สถานที่ตั้งแผงลอย หรือที่เรียกว่า “ที่นั่ง” และสูตรอาหารที่ผ่านการยอมรับว่ามีชื่อเสียง และมี “ขาประจำ” ที่สืบทอดมาเช่นกัน โดยขายต่อเนื่องกันมา 60 ถึง 70 ปี พ่อค้าแม่ค้าที่ขายของอยู่ในตลาดปัจจุบันค้าขายมาคนละ 20 ถึง 30 ปี มีบ้างที่เข้ามาขายแล้วเลิกไปก็มี เวลาที่มีพ่อค้าแม่ค้าใหม่เข้ามา ก็จะให้มา “แอบ” หรือขายของด้วยกัน บางแผงขายด้วยกันถึง 3 คน เมื่อมีคนที่ไม่ไหว คนที่เหลืออยู่ก็เข้าครอบครองพื้นที่เป็นของตัวเองเพิ่มขึ้น

ประการที่สาม

ความสัมพันธ์ของคนในตลาด มีทั้งความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจ เช่น การกู้ยืมเงิน การซื้อของเงินผ่อน การรวมกลุ่มเล่นแชร์เพื่อรวบรวมเงินก้อน กลุ่มออมทรัพย์ ความสัมพันธ์เครือญาติ เช่น ครอบครัวหนึ่งแม่ขายไก่ ลูก 2 คน แยกกันขายไก่ทอด เป็นต้น ความเป็นเพื่อนบ้าน

หรืออยู่ในชุมชนเดียวกัน เช่น เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มฌาปนกิจ กลุ่มสังฆะของวัด ในชุมชนเดียวกัน การเป็นกลุ่มที่มีอาชีพเดียวกัน เช่น ช่วยเหลือกันในการขายของ การจัดทัวร์ไปด้วยกัน การทอดผ้าป่าร่วมกัน เป็นต้น โดยความสัมพันธ์เหล่านี้มีการซ้อนทับกัน กล่าวคือ คนหนึ่ง ๆ อาจมีความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในหลายฐานะ เช่น เป็นเครือญาติกัน เป็นเพื่อนบ้านและมีอาชีพเดียวกัน เป็นต้น

ธุรกิจค้าปลีก

นับว่ามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมาก นอกจากจะเป็นธุรกิจที่เก่าแก่ของมนุษย์และเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่แล้ว การค้าปลีกยังเป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต โดยมีบทบาทในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย นอกจากนี้การค้าปลีกยังเป็นแหล่งจ้างงานและแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของประเทศ ระบบการค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สินค้าสามารถกระจายไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์โดยสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างเต็มที่ด้วยราคาที่ถูกลง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ก่อนการเข้ามาของห้างค้าปลีกต่างชาติขนาดใหญ่ นั้น มีผู้ค้ารายสำคัญอยู่ในกลุ่มของห้างสรรพสินค้า นั่นคือ เซ็นทรัล เดอะมอลล์ และโรบินสัน ในระยะต่อมาห้างค้าปลีกในรูปแบบใหม่ เช่น Macro, Big C, Lotus ฯลฯ ได้เกิดขึ้นระหว่างความร่วมมือระหว่างบริษัทไทยและบริษัทต่างชาติ แต่เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปี ค.ศ. 1997 ส่งผลให้ห้างค้าปลีกเหล่านี้มีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่มีทั้งเงินทุน ประสบการณ์ และเทคโนโลยีการจัดการที่สูงกว่า ทำให้ในระยะต่อมาห้างค้าปลีกเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยปราศจากการควบคุมจากรัฐบาล จนในปัจจุบันห้างเหล่านี้ได้กลายเป็นผู้ครองตลาดของไทย โดยมีจำนวนมากขึ้นในปัจจุบัน และได้ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดกระแสต่อต้านห้างค้าปลีกในหลายพื้นที่ และมีการเรียกร้องให้ทางรัฐบาลเข้ามาดูแลธุรกิจค้าปลีกที่กำลังจะเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับห้างค้าปลีกต่างชาติอย่างจริงจัง

ประเภทของธุรกิจค้าปลีก

รูปแบบของธุรกิจค้าปลีกได้มีการพัฒนาเปลี่ยนจากร้านค้าเล็ก ๆ มาเป็นห้างร้านขนาดใหญ่ ที่มีต้นทุนในการดำเนินงานสูงกว่ารูปแบบเดิม มีการบริหารงานที่เป็นระบบมากขึ้น และใช้บุคลากรในการดำเนินงานจำนวนมาก ในปัจจุบันสามารถจำแนกธุรกิจค้าปลีกได้ตามลักษณะของสินค้าและการดำเนินงานได้ ดังนี้

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional trade) ลักษณะร้านจะเป็นห้องแถว มีพื้นที่ไม่มาก สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นกิจการที่ดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียว หรือมีการจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วน หรือเป็นการดำเนินธุรกิจในครอบครัว ใช้เงินลงทุนไม่มาก บริหารงานง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ลูกค้านั่งรออยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านค้า ร้านค้าที่จัดอยู่ในประเภทนี้คือ ร้านค้าปลีกทั่วไป และร้านขายของชำ (Mon and pop shop) หรือที่เรียกกันว่าร้านโชห่วย

2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) จะอยู่ในลักษณะของห้างร้านขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มีการออกแบบร้าน และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ มีการให้บริการที่ทันสมัย สามารถแยกประเภทออกได้ดังนี้

- ห้างสรรพสินค้า (Department store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์รวมสินค้าทุกชนิดที่มีคุณภาพ เน้นการจำหน่ายสินค้ามีเยื่อหุ้ม ประเภทเสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า กระเป๋า เน้นการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีพนักงานคอยให้คำแนะนำและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนมีฐานะดี สามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูงได้ ห้างประเภทนี้ได้แก่ เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน เป็นต้น

- ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เป็นร้านค้าปลีกขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ เน้นการขายแบบบริการตนเอง (Self service) ร้านค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตมี 2 แบบ คือ ประเภทแรกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น TOP Supermarket และประเภทที่สอง ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีที่ตั้งแยกจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งมักมีขนาดใหญ่คล้ายห้างสรรพสินค้า ขายของอุปโภคบริโภคทั่วไปรวมถึงเสื้อผ้า แต่จะไม่เน้นสินค้ามีเยื่อหุ้มเหมือนห้างสรรพสินค้า เรียกชื่อในภาษาอังกฤษว่า General merchandise store : GMS ยกตัวอย่างเช่น ดีโก้ (ประตูน้ำ) เป็นต้น

- ร้านค้าให้ส่วนลด (Discount store) เป็นร้านค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มีการจัดการระบบคงคลังที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุน เน้นการบริหารโดยใช้ต้นทุนต่ำ และมักซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ถูก ใช้การขายแบบบริการตนเอง (Self service) เหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต มีการจัดวางสินค้าคล้ายโกดัง เน้นสินค้าคุณภาพปานกลาง ไม่เน้นสินค้ามีเยื่อหุ้ม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือผู้มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ ในปัจจุบัน Discount store มี 3 รูปแบบ คือ

1. ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super center) หรือ Super store เป็นห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยมีพื้นที่ขายประมาณ 10,000-20,000 ตารางเมตร จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ตั้งแต่อาหาร เสื้อผ้า รวมทั้งเครื่องใช้ไม้สอย ไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ที่หลากหลาย มีให้เลือกมากชนิดและประเภทของสินค้า มักมีแนวคิดของห้างที่ว่า “ทุกอย่างภายใต้หลังคาเดียว” ยกตัวอย่าง เช่น Big C, TESCO LOTUS เป็นต้น

2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เป็นห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ มีขนาดและประเภทสินค้าใกล้เคียงกับ Super center เพียงแต่เน้นสัดส่วนของสินค้าประเภทอาหารและของสดมากกว่า ยกตัวอย่างเช่น Carrefour เป็นต้น

3. ร้านค้าประชันชนิด (Category killer) เป็น Discount store ที่เน้นจำหน่ายสินค้าเฉพาะสายผลิตภัณฑ์เดียว โดยมีสินค้าครบในประเภทนั้น ไม่ว่าจะมีความหลากหลายของยี่ห้อคุณภาพ ขนาด และสี กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ผู้บริโภคที่สนใจสินค้าเฉพาะด้าน (การจัดประเภทในหนังสือบางเล่มจะไม่รวม Category killer อยู่ในประเภท Discount store) ยกตัวอย่าง เช่น Super sport, Power buy เป็นต้น

- ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty store) เป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าจำนวนจำกัด ไม่กี่ประเภท ขนาดของร้านเป็นขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ อาจจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีลักษณะพิเศษจริง ๆ หรือเป็นสินค้าตามแฟชั่นและยุคสมัย ยกตัวอย่างเช่น Watsons เป็นต้น

- ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store) หรือ Mini-mart เป็นร้านที่มีลักษณะของร้านขายของชำผสมผสานกับซูเปอร์มาร์เก็ต แต่มีขนาดเล็กกว่ามีพื้นที่ขายไม่มาก จำหน่ายสินอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทอาหารจานด่วน มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ต้องการความสะดวกใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มักเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ยกตัวอย่างเช่น 7-Eleven รักบ้านเกิด Family mart เป็นต้น

- ร้านค้าเงินสดและบริการตน (Cash & Carry) เป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าให้แก่บุคคลที่ต้องการซื้อสินค้าครั้งละจำนวนมากในราคาขายส่งหรือราคาต้นทุนต่ำ หรือซื้อสินค้าไปขายต่อ หรือลูกค้าในธุรกิจอื่น เช่น ร้านอาหาร โรงแรม เป็นต้น โดยมีเงื่อนไขว่าต้องซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ เป็นแพ็คเกจ และ/หรือ เป็นสมาชิกของร้าน ดังนั้นหนังสือบางเล่มจะไม่จัด Cash & Carry อยู่ในธุรกิจค้าปลีก ห้างแบบนี้จะใช้พนักงานไม่มากนัก ลูกค้าต้องบริการตัวเอง มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Wholesale club ยกตัวอย่างเช่น Makro เป็นต้น

การค้าปลีกในประเทศไทย

พัฒนาการของการค้าปลีกในประเทศไทย การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบ่งออกได้เป็น 4 ยุคคือ

1. ยุคการเริ่มต้นของห้างสรรพสินค้า (ค.ศ. 1947-1982) ประเทศไทยมีห้างค้าปลีกสมัยใหม่มาตั้งแต่ ค.ศ. 1947 โดยผู้ริเริ่มคือร้านเซ็นทรัล ซึ่งเริ่มกิจการจากห้องแถวคูหาเดียวขนาด 50 ตารางเมตร จากนั้นในปี ค.ศ. 1956 มีการเปิดห้างเซ็นทรัลสาขาวังบูรพา โดยเน้นขายสินค้าราคาแพง และเริ่มนำซูเปอร์มาร์เก็ตมาไว้ในห้างด้วย นอกจากนั้นยังมีห้างอื่น ๆ เช่น ห้างไต้ฟ้า ห้างแมวดำ เป็นต้น ในระยะต่อมาห้างเซ็นทรัลได้ขยายสาขาอีกหลายสาขา ประกอบด้วย มีห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก เช่น ห้างเดอะมอลล์ พาต้า โรบินสัน บางลำพู เป็นต้น

2. ยุคห้างสรรพสินค้าขยายตัวสู่ชานเมือง (ค.ศ. 1983-1989) ห้างสรรพสินค้าแห่งแรกในย่านชานเมืองคือ ห้างเซ็นทรัลสาขาลาดพร้าว ในปีเดียวกันเดอะมอลล์ได้เปิดสาขาที่ 2 บนถนนรามคำแหง การเปิดห้างสรรพสินค้าแถบชานเมืองเกิดจากการขยายตัวของกรุงเทพฯ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1977 เมื่อคนเริ่มย้ายไปหาที่อยู่แถบชานเมือง ห้างสรรพสินค้าก็มีแนวโน้มขยายตัวออกไปแถบชานเมืองเช่นเดียวกับการขยายตัวของเมืองกรุงเทพฯ

3. ยุคของการเกิดห้างค้าปลีกรูปแบบใหม่ และการขยายการลงทุนแบบเกินตัว (ค.ศ. 1989-1996) ใน ค.ศ. 1987-1989 การขยายตัวทางเศรษฐกิจเกินร้อยละ 10 ต่อปี ตามมาด้วยภาวะเศรษฐกิจแบบฟองสบู่ อันเป็นผลจากการเปิดเสรีทางการเงิน ทำให้ผู้ประกอบการไทยลงทุนในธุรกิจค้าปลีกแบบมโหฬาร ในห้างรูปแบบใหม่ เช่น Makro ซึ่งเป็นธุรกิจแบบ Cash & Carry โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) และ SHV จากประเทศเนเธอร์แลนด์ ส่วนกลุ่มบริษัทเซ็นทรัลได้ดำเนินกิจการห้าง Big C และ Carrefour ซึ่งเป็นธุรกิจแบบ Discount store นอกจากนั้นยังเกิดศูนย์การค้าขนาดยักษ์ขึ้นอีกมากมาย เช่น ซีคอนสแควร์ และฟิวเจอร์พาร์คสาขารังสิต ในยุคนี้ยังเกิดห้างประเภท Category killer ขึ้นด้วย เช่น Office depot และ Home pro เป็นต้น

4. ยุคก้าวกระโดดของห้างซูเปอร์สโตร์จากต่างชาติ (ค.ศ. 1997-ปัจจุบัน) เป็นช่วงที่ประเทศไทยเริ่มประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ กลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ของไทยประสบปัญหาหนี้สินต่างประเทศอย่างรุนแรง อันเกิดจากการขยายกิจการค้าปลีกและการเก็งกำไรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างเกินตัว ผู้ประกอบการไทยจึงได้กลับไปจับธุรกิจเดิมที่ตนถนัด (Core business) และขายหุ้นในห้างค้าปลีกจำพวกซูเปอร์สโตร์ให้กับบริษัทต่างชาติ ห้างเซ็นทรัลขายหุ้นส่วนใหญ่ใน Big C ให้กับกลุ่มคาสีโนจากฝรั่งเศส และขายหุ้นใน

ห้าง Carrefour ค้าปลีกกลุ่มคาร์ฟูของฝรั่งเศส ส่วนกลุ่ม CP ขายหุ้นส่วนใหญ่ในห้าง LOTUS ให้บริษัท TESCO ของอังกฤษ และขายหุ้นในห้าง Makro ให้กลุ่ม SHV จากเนเธอร์แลนด์ เป็นผลให้ห้างจำพวกซูเปอร์มาร์เก็ตกลายเป็นของต่างชาติทั้งหมด และด้วยเทคโนโลยีการจัดการและเงินลงทุนมหาศาลของบริษัทต่างชาติเหล่านี้ ทำให้ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ขยายสาขาอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นประเด็นขัดแย้งกับห้างค้าปลีกขนาดเล็ก จนรัฐบาลจำเป็นต้องเข้ามาดูแลจัดการและหามาตรการควบคุมในเวลาต่อมา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแคต่อการทำงานของเทศกิจหรือสำนักงานเขต
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นกับการเกิดขึ้นของธุรกิจห้างค้าปลีกขนาดใหญ่กับผลกระทบที่ได้รับในการค้าขายมีด้านใดบ้าง

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ที่ทำการศึกษาการประกอบอาชีพของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแค เป็นการศึกษาถึง ความคิดเห็นในเรื่องของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการค้าขายของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคการค้าขายของกลุ่มตัวอย่างต่อการทำงานของเทศกิจหรือสำนักงานเขต และผลกระทบเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของธุรกิจห้างค้าปลีกขนาดใหญ่กับที่ได้รับในการค้าขายมีด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านยอดขาย กำไร จำนวนลูกค้า โดยมีขอบเขตในการศึกษาการประกอบอาชีพของกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแค

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้าในตลาดบางแคที่บริเวณตลาดนอก จำนวน 77 คน

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

การค้าปลีก (Retailing) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดที่ทำหน้าที่นำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต (Manufacturer) ไปเสนอขายแก่ผู้บริโภค (Customer) ซึ่งซื้อสินค้าหรือบริการไปเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้าย (Ultimate consumption) ไม่ใช่ผู้ซื้อเพื่อการจำหน่ายต่อ (Bolen, 1978, p. 4)

การค้าปลีก เป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution) ที่ประกอบไปด้วย ส่วนบนสุด คือผู้ผลิต ตามด้วยพ่อค้าคนกลางซึ่งอาจมีหลายชั้น และผู้ค้าปลีก ก่อนถึงผู้บริโภคซึ่งถือเป็นส่วนล่างสุดของระบบ ในบางประเทศจำนวนพ่อค้าคนกลางอาจมีมากมายหลายชั้น อย่างเช่น ญี่ปุ่น แต่ในยุคปัจจุบันผู้ค้าปลีกรายใหญ่หลายรายในบางประเทศ เช่น Wal-Mart และ TESCO ทำการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

หาบเร่แผงลอย หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ขายสินค้าหรือบริการประเภทใดก็ตามโดยใช้ที่สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขายสินค้าหรือบริการตามทางเท้า หรือถนนสาธารณะ ซึ่งไม่จำกัดประเภทของสินค้าและบริการ โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทเคลื่อนที่อยู่เสมอ แบ่งเป็น

1.1 เคลื่อนที่ด้วยร่างกาย เช่น ผู้ใช้หาบ คาน หรือภาชนะใส่สินค้าอย่างอื่นเสนอขายสินค้าของตนไปตามที่ต่าง ๆ โดยพิจารณาที่การเคลื่อนไปด้วยเท้า

1.2 เคลื่อนที่ด้วยยานพาหนะหรืออุปกรณ์ทุ่นแรง เช่น รถเข็น รถจักรยาน 2 ล้อ 3 ล้อ และ 4 ล้อ มีเครื่องหรือไม่ก็ตาม

2. ประเภทอยู่กับที่ ได้แก่ ผู้เสนอขายสินค้าหรือบริการโดยมีสถานที่ตั้งแน่นอนตายตัว หากจะเปลี่ยนที่ตั้งขายก็ไม่บ่อยนัก

การพิทักษ์สิทธิประโยชน์ตนเอง หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล กระทำการปกป้อง คุ้มครองเรียกร้อง แสดงความคิดเห็นเพื่อผลประโยชน์และความจำเป็นของตนเอง

หรือกลุ่ม โดยมีได้พึ่งพิงบุคคลอื่นที่ไม่ได้มีผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ในกลุ่มของตนเอง

กลุ่มพ่อค้าแม่ค้ารายย่อย หมายถึง กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่ทำการค้าขายโดยเช่าแผงลอยขนาดเล็กในตลาดสดเพื่อค้าขาย เช่น ผัก ผลไม้ อาหารสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อกู้เงินกันเองในพื้นที่ตลาดบางแค

ศัพท์เกี่ยวกับผู้ชาย (พ่อค้า แม่ค้า)

พ่อค้า มาจากคำว่า พ่อ ซึ่งหมายถึง ชายผู้ยังบุตรให้เกิด เป็นคำใช้เรียกผู้ชายโดยอ่อนหวานว่า พ่อ นั่น พ่อ นี้ เป็นคำใช้นำหน้านามแปลว่าเป็นเจ้าเป็นใหญ่ เช่น พ่อเมือง คือเจ้าเมือง พ่อบ้าน คือเจ้าบ้าน พ่อขุน คือกษัตริย์ผู้เป็นใหญ่ และแปลว่าผู้ชาย เช่น พ่อครัว คือ ชายผู้ทำครัว พ่อค้า คือ ชายผู้ค้าขาย พ่อเกลอ คือ เพื่อนร่วมน้ำสเปของพ่อ พ่อตา คือพ่อของเมีย พ่อม่าย คือผู้ชายที่เมียจากไป พ่อเลี้ยง คือผัวของแม่ที่ไม่ใช่พ่อตน หรือคบหบดีมั่งคั่ง หรือ แพทย์ พ่อท่าน เป็นคำเรียกภิกษุ เจ้าอาวาสผู้สูงอายุ (นพรัตน์ นพวิทย์, 2540, น. 40) ที่ตลาดผู้ซื้อเรียกพ่อค้าว่า “คนขาย” เป็นการเรียกแบบไม่ระบุเพศ

แม่ค้า มาจากคำว่า แม่ ซึ่งหมายถึง หญิงผู้ให้กำเนิดบุตร ใช้เรียกหญิงทั่วไป เช่น แม่ นั่น แม่ นี้ เรียกหญิงที่ทำการต่าง ๆ เช่น ค้าขาย เรียกว่า แม่ค้า หญิงทำครัว เรียก แม่ครัว ฯลฯ ที่ตลาดผู้ซื้อเรียกแม่ค้าว่า “คนขาย” เป็นการเรียกแบบไม่ระบุเพศ

ศัพท์เกี่ยวกับลูกค้า

ลูกค้า คนซื้อ ตามพจนานุกรม-สารานุกรม ลูกค้า มาจากคำว่า “ลูก” หมายถึง ผู้เกิดจากบิดามารดา ผลของต้นไม้ที่ออกจากดอก ส่วนน้อยรายน้อยที่มีคู่กับส่วนใหญ่รายใหญ่ เช่น ลูกบ้าน ลูกศร ฯลฯ เรียกของที่มีรูปกลม ๆ หรือกลมยาว เช่น ลูกบอล ลูกตะกร้อ ลูกฟูก ส่วน ลูกค้า แปลว่า ผู้รับช่วง (นพรัตน์ นพวิทย์, 2540, น. 40) ที่ตลาดเรียก “ลูกค้า” ว่า “คนซื้อ” ในความหมายเดียวกันหมายถึงผู้ที่ทำการซื้อสินค้า

ศัพท์เกี่ยวกับการซื้อสินค้า

ของ หมายถึง “สินค้า” แม่ค้า พ่อค้า เรียก การขายว่า “การขายของ” มากกว่าการขายสินค้า ส่วนลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่ตลาดสด มักจะเรียกว่า “ซื้อของ” มากกว่า ซื้อสินค้า

ศัพท์ที่เกี่ยวกับการจัดการการเงิน (กำไร ขาดทุน)

กำไร แปลว่า ผลที่ได้เกินทุน (นพรัตน์ นพวิทย์, 2540, น. 40)

ขาดทุน หมายถึง ทุนหมดไป ได้ไม่ครบทุน (นพรัตน์ นพวิทย์, 2540, น. 40)

ศัพท์เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรค หมายถึง สิ่งที่ทำให้พ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแคไม่สามารถค้าขายได้หรือเป็นสิ่งที่ทำให้มีผลทางด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย สถานที่การค้าขาย วันและเวลาในการขาย เป็นต้น

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางความคิดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแค

ผลกระทบ หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นกับพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดบางแคทั้งทางตรงและทางอ้อมในการเกิดขึ้นของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น LOTUS ที่ส่งผลในการค้า ทางด้านจำนวนลูกค้า ผลกำไร ยอดขาย ค่าใช้จ่าย เป็นต้น