

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กได้รับจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และแนวทางการแก้ไขปัญหา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ผู้จัดการสาขาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติในพื้นที่/ผู้แทน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และประชาชนในอำเภอเมืองและอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสอบถาม สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ นำเสนอในรูปแบบของการสรุปเชิงพรรณนา

ผลการศึกษารูปได้ ดังนี้

ผลจากการศึกษาผลกระทบที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กได้รับจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ พบว่า ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะมีการปรับลดและเปลี่ยนประเภทจากห้างค้าปลีกข้ามชาติขนาดใหญ่เป็นร้านค้าปลีกข้ามชาติขนาดเล็ก ผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่สำคัญที่สุดต่อธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของไทยคือ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กของไทยมีรายได้และจำนวนลูกค้าลดลง และไม่สามารถดำเนินกิจการแข่งขันทางธุรกิจต่อไปได้ ส่วนผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติมีการจูงใจให้ประชาชนเข้าไปซื้อสินค้าและบริการโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขาย ทำให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้บริโภคให้เข้าไปใช้บริการ นอกจากนี้ห้าง/ร้านค้าปลีกข้ามชาติยังมีองค์ประกอบที่ครบถ้วนพร้อมกว่าร้านค้าปลีกขนาดเล็กของไทย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการห้าง/ร้านค้าปลีกข้ามชาติสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และนิยมไปในวันธรรมดาช่วงเวลาเย็น การใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 100-300 บาท และนิยมชำระเงินด้วยเงินสด ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นเพราะรสนิยมและความชอบส่วนตัว การส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือการลดราคาจากป้าย การแลกของชำร่วย ส่วนใหญ่ต้องการจัดให้มีการแลกของชำร่วยด้วยการซื้อสินค้าครบมูลค่าแล้วนำไปเสร็จไปแลก หากเป็นการแจก/จับรางวัลต้องการให้แจก/จับรางวัลด้วยวิธีการซื้อแล้วจัดให้มีการจับรางวัลโดยรางวัลที่ต้องการคือเงินสด ส่วนการแถมส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านค้าทำการแถมด้วยวิธีการ ซื้อ 1 แถม 1 กลุ่มสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคบริโภค ของใช้ในครัวเรือน เครื่องสำอาง อาหารสด เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ของแต่งบ้าน เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน เพลง/ภาพยนตร์ ของที่ระลึก ของขวัญ ของฝาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการที่ห้าง/ร้านค้าปลีกข้ามชาติ ส่วนสินค้าประเภทยา ส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

แนวทางการแก้ไขปัญหาผลกระทบ ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ไว้ 2 ด้านคือ ด้านกฎหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดกติกาที่มีความชัดเจน และยุติธรรม โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ

ค้าปลีกขนาดเล็กได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณา ส่วนด้านของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กควรต้องเร่งพัฒนาตัวเอง เพื่อให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม มาตรการที่ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ ได้แก่ การลดอัตราภาษีเก็บภาษีจากการขายลดอัตราภาษีเก็บภาษีสรรพสามิต รวมไปถึงการเก็บภาษีป้าย ภาษีร้านค้า และสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา มี 4 ประการคือ **1. การปรับตัว** ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กของไทยควรปรับการบริหารจัดการงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น **2. การปรับปรุง** นโยบายของภาครัฐที่ไม่สามารถให้ได้ผลในทางปฏิบัติ หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรพิจารณาทบทวนถึงสาเหตุและหาแนวทางในการแก้ไข เพื่อให้สามารถใช้ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม **3. การส่งเสริมและสนับสนุน** ภาครัฐควรมีการกำหนดมาตรการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจค้าปลีก และควรจัดงบประมาณสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของชุมชน รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวกันอย่างจริงจังของผู้ประกอบการท้องถิ่น **4. การเฝ้าระวัง** ชุมชนควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อทำการเฝ้าระวังและตรวจสอบการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้มแข็งและรักษาผลประโยชน์ของชุมชนและธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของชุมชน

This study aims at investigating the effects of the expansion of multinational retailers on the small-scale retailers, buyer behaviors, and solutions to the problem. The sample population includes the owners of the small-scale retailer business, the managers of multinational retail stores in the area, representatives from related government organization, and people in Muang District and Mae Sai District of Chiang Rai Province. The data were collected by using questionnaire, interview, and focus group method. The collected data were analyzed according to qualitative and quantitative techniques. The presentation of data analysis was done in a form of descriptive report.

The study results can be concluded as follow:

The study of the expansion of multinational retailers on the small-scale retailers revealed that multinational retail stores in Muang District and Mae Sai District of Chiang Rai tended to increase in number rapidly. It was because these stores had changed their form of investment from a large multinational store to a smaller multinational store. The most serious effect of the expansion of multinational retailers on the Thai small-scale retailers was the decreasing of income and number of customers of the Thai small retail stores. This made the local stores

cannot stay in the competition any longer. For the effect on buyer behavior, it was found that the multinational retail stores persuaded people to buy products and services in their stores by using marketing strategies including the strategies on product, price, and promotion. These marketing strategies could attract customers to buy things in these multinational retail stores. Moreover, these stores had more complete components than the Thai smaller retail stores.

The study of buyer behavior showed that the majority of the sample group went to multinational retail stores 2-3 times a week, and they preferred to go there in the evening of weekdays. For each time, they spent their money on shopping for between 100 -300 baht, and they preferred to pay by cash. The important factor that made them buy things was their personal taste and style. The most preferable promotion was the price reduction and free gifts. Most people preferred to get a free gift by using their receipts to exchange for it. If there was a lucky draw, people wanted to get cash as the prize. The majority of the ample group also preferred the buy-one-get-one-free promotion. Most people liked to buy consumer goods, household items, cosmetics, fresh food, clothing, electronic appliances, decorative items, stationery, office supplies, music and movie, souvenirs, and gifts from multinational retail stores, and most of them preferred to buy medicine from the small retail stores.

Regarding solutions to the problem, the small-scale retailers proposed 2 solutions as follows: in terms of legal issue, related organizations should assign clear and fair rules to the business. The small scale retailers should be given a chance to participate in the rule consideration process. For the small-scale retailers themselves, they must accelerate their business development in order to catch up with the social changes. What the small-scale retailers wanted the government to help were the reduction of tax collection including sale tax, extra tax, sign tax, and store tax, and the low-interest loan.

There are 4 suggestions for this problem solving: **1) Adjustment** - the Thai small retailers have to improve their management to be more effective; **2) Improvement** - the impractical government policies must be revised in order to make them more useful and practical; **3) Promotion and Support** - the government should help in the promotion and development of the small-scale retail business, and there should be supporting budgets provided to the community retail business. The establishment of local entrepreneurs association should be seriously promoted. **4) Watching** - a community should form a committee to watch and investigate the expansion of multinational retail stores seriously and continuously in order to strengthen small retail stores in the community and to preserve benefits for the community.