

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการประเมินผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ และการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก จากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 140 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 48 ปี จบประถมศึกษา ขนาดของร้านค้าเฉลี่ย 32 ตารางวา ตั้งติดถนนใหญ่ ระยะห่างจากห้างโลตัสไม่เกิน 6 กิโลเมตร ดำเนินการเองโดยไม่จ้างลูกจ้าง ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 47 คน ยอดขายต่อวันไม่เกิน 2,000 บาท ทำการขายสินค้าตามป้ายที่ติดไว้ ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านขายส่งในตัวจังหวัดน่าน สินค้าที่ขายได้มากที่สุด คือ อาหารแห้งและของใช้ประจำวัน

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่า เมื่อมีห้างโลตัส ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่เกิดขึ้นแล้ว มีผลทำให้จำนวนลูกค้า ยอดขาย และกำไรของร้านค้าปลีกท้องถิ่นลดลง ถึงร้อยละ 44.3, 52.9 และ 39.3 ตามลำดับ โดยสินค้าที่มียอดขายลดลงส่วนใหญ่ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน อุปกรณ์และอะไหล่ไฟฟ้า

เมื่อมีห้างโลตัสหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่แล้ว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กมีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่น้อยกว่าที่ไม่ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนที่ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นเป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคาสูงถึง ร้อยละ 49.3 และร้อยละ 47.1 ของผู้ประกอบการทั้งหมด โดยดำเนินการรักษาความสะอาดของสินค้าและร้านค้า จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และติดป้ายแสดงราคาสินค้า เป็นต้น

The study aimed to evaluate the economic impacts and marketing strategy of the small scale local retailers due to the expansion of the modern retailers. Data were collected by questionnaires from 140 small scale local retailers in Mueang Nan District, Nan Province. They were then analyzed by the descriptive statistics.

According to the study, it was found that the majority of small retail entrepreneurs were female of averagely 48 years old with the Primary School education. The shops took up 32 Tarang-Wa in average and located on the main road, at a distance up to 6 Kilometers from the Tesco Lotus. The entrepreneurs were running their business by themselves without any employees. There were approximately 47 customers buying goods from their shop in a day with their approximate earning up to 2,000 Baht per day. They mostly bought the goods from the wholesales in Nan Province. The best selling products were dried foods and toiletries.

In addition, the small retail entrepreneurs argued that the modern retailers, the Tesco Lotus, caused the decrease of customers, sales earnings and benefit in 44.3, 52.9 and 39.3 percent, respectively. The products, that were sold less, were consumer products and electric equipments.

Finally, when the Tesco Lotus or the modern retailers were set up, the small retail entrepreneurs employed the marketing strategy to compete with them less than the non action ones. Those marketing strategies were product and price strategies which were 49.3 and 47.1 percent. The entrepreneurs also kept their shop and products clean, displayed products in separate categories and placed price tags on products.