

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การค้าข้ามพรมแดนเป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าขายแดนที่ดำเนินการโดยผู้ค้าขายที่มีถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่ชายแดนทั้งสองฝั่ง ทำให้การค้าขายแดนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการค้าในพื้นที่อื่น โดยทั่วไปภายใต้เงื่อนไขทางกายภาพและเศรษฐกิจสังคมในพื้นที่ชายแดน การค้าข้ามพรมแดนในพื้นที่ชายแดนไทย-ลาว จึงเป็นกลไกขับเคลื่อนการค้า เครื่องมือการค้าข้ามพรมแดนทำหน้าที่เป็นกลไกคอยอำนวยความสะดวกทางการค้าและลดต้นทุนธุรกรรมทางการค้า นอกจากนี้ยังเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสาร การเข้าถึงโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ (เนตรดาว เถาถวิล และพฤษ์ เถาถวิล, 2563) ในด้านการค้าข้ามพรมแดนโอกาสของไทยยังมีความเป็นไปได้อีกมาก เนื่องจากสินค้าออกของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดลาว สินค้าที่สำคัญได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เสื้อผ้า อาหารประจำวัน น้ำมันเชื้อเพลิง แก๊ส ยาอุปกรณ์การแพทย์และเครื่องกีฬา รวมทั้งสินค้าวัสดุก่อสร้างและเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ ในอนาคตสินค้าที่จะเป็นที่ต้องการของตลาดลาวได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น รถยนต์ สุรา และบุหรี่ (มณีรัตน์ โชติขาริ, 2564: เว็บไซต์)

ข้อมูลการค้าชายแดนในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าการค้ารวมเท่ากับ 826,411.82 ล้านบาท โดยประเทศที่มีสัดส่วนมูลค่าการค้าชายแดนสูงสุดคือ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) (ร้อยละ 99.2) รองลงมา คือ มาเลเซีย เมียนมา กัมพูชา และมาเลเซีย (ร้อยละ 81.5, 55.1, 37.9 ตามลำดับ) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการค้าชายแดนไทยกับลาวถือว่าสูงมากเป็นอันดับหนึ่งเนื่องจากสินค้าไทยมีคุณภาพดีและมีรูปแบบสินค้าสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดลาว รวมทั้งมีการให้บริการที่รวดเร็วและการซื้อขายที่ให้เครดิตระยะเวลานาน ซึ่งในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 (มกราคม-มิถุนายน) มีมูลค่าการค้ารวม 99,396.11 ล้านบาท อีกทั้งหากเปรียบเทียบด้านการค้าสำคัญที่มีมูลค่าการค้าสูงสุด 5 อันดับแรกได้แก่ด่านศุลกากรหนองคาย จังหวัดหนองคาย มีมูลค่าการค้ารวม 30,696.26 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.88 ของการค้าชายแดนไทย-ลาว รองลงมาคือ ด่านศุลกากรมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ด่านศุลกากรทุ่งช้าง จังหวัดน่าน ด่านศุลกากรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี และด่านศุลกากรนครพนม จังหวัดนครพนม (กรมการค้าต่างประเทศ, 2564: เว็บไซต์)

ด้วยเหตุที่ สปป.ลาว ยังคงเป็นประเทศสังคมนิยมคอมมิวนิสต์มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจต่ำกว่าไทย ประชากรลาวส่วนใหญ่ยังบกพร่องทางการศึกษา เป็นแรงงานที่มีรายได้ต่ำจึงขาดอำนาจในการซื้อ ดังนั้นราคาของสินค้าไทยที่จับคู่การค้าระดับปานกลางและระดับล่างไม่ควรสูง นอกจากนั้นโครงสร้างพื้นฐานในประเทศยังพัฒนาไม่ทั่วถึงระบบสาธารณสุขโรค เช่น การขนส่งภายในประเทศต้องใช้เวลานานสินค้าเกิดการเสียหาย ดังนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนสินค้าและการเสียหายของสินค้าผู้ส่งออกไทยควรมีการจัดระบบช่องทางทางการจัดจำหน่าย กล่าวคือการขนส่งสินค้าไปยังลาวควรอาศัย

ผู้นำเข้ารายใหญ่ ๆ ของลาวเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าส่ง-ปลีกตามตลาดต่าง ๆ ของลาว (กรมการค้าต่างประเทศ, 2564: เว็บไซต์)

การค้าชายแดน ณ จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจุดผ่านแดนถาวรที่ติดต่อกับ สปป.ลาว เปิดให้มีการซื้อขายแบบเสรีสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชาวไทย-ลาวมาเป็นเวลาช้านาน และเป็นที่มาของแนวความคิดในการเปิดจุดผ่านแดนเพื่อประโยชน์ของประชาชนทั้งสองประเทศ ลักษณะเป็นตลาดชายแดนที่มีการก่อสร้างโรงเรียนเพื่อทำการค้าซึ่งประกอบอาชีพค้าขายในตลาดชายแดนไทย มีผู้ประกอบการอาชีพค้าขายในตลาดชายแดนไทยทั้งสิ้นจำนวน 256 คน มีมูลค่าการค้ารวม 28,061,910.36 บาท (ข้อมูล ณ ประจำปีเดือนธันวาคม 2561) (ด่านศุลกากรช่องเม็ก, 2564ก: เว็บไซต์) ในปัจจุบันมียอดการนำเข้าและส่งออกเพิ่มขึ้น และลดลงไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการ การกำหนดราคาสินค้าและการบริการของผู้ประกอบการ การกระจายสินค้า และด้านกระบวนการในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ทำให้ขาดความเป็นเอกลักษณ์ของร้านและเกิดการแข่งขันกันเองสูงมาก รวมทั้งสร้างอำนาจในการต่อรองด้านอื่น ๆ

โอกาสทางการค้าชายแดนของไทยยังมีความเป็นไปได้อีกมาก เนื่องจากสินค้าของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาด สปป.ลาว สินค้าที่ใช้ในการซื้อขายเพื่ออุปโภคบริโภคเพื่อการค้าเป็นหลักมีการตลาดไม่ซับซ้อน ซื้อมาและขายสินค้าไป แต่เนื่องด้วยสถานการณ์ปัจจุบันมีความเสี่ยงสูงที่จะขาดทุน เนื่องจากปัจจุบันร้านค้าขนาดใหญ่หรือร้านสะดวกซื้อเพิ่มขึ้นเกิดการเปรียบเทียบราคาและส่งผลกระทบต่อกิจการร้านค้าในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็กเป็นอย่างมาก ซึ่งในอดีตมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากถือเป็นแหล่งกระจายสินค้าที่สามารถเข้าถึงได้ อีกหนึ่งสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือเรื่องของค่าขนส่งที่เพิ่มเข้ามาในขั้นตอนการส่งมอบสินค้าซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นในฐานะผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจจึงต้องทำการตรวจสอบเปรียบเทียบราคาและตั้งราคาอย่างสมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้าโดยคำนึงถึงราคาสินค้าคู่แข่งในตลาด

จากข้อมูลข้างต้นไทยมีข้อได้เปรียบจากพรมแดนติดต่อกันกับ สปป.ลาว และสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาด สปป.ลาว จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาวจุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก ทำการตลาดที่เหมาะสมกับคู่ค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าจาก สปป.ลาว จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นความสำคัญ ดังนั้นหากผู้ประกอบการจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ดีนั้น จำเป็นต้องเข้าใจกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อที่จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้นำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดบริการของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและลูกค้าจาก สปป.ลาว ในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและลูกค้าจาก สปป.ลาว เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.3 เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดน ไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตในการทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว กรณีศึกษา จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี มีดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.3.2.1 กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคฝั่งไทย

1) ประชากร คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 256 ราย (ข้อมูลประจำเดือนธันวาคม 2561) (ด้านศุลกากรช่องเม็ก, 2564ก: เว็ปไซด์)

2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 5 ราย เลือกโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

2.1) เปิดดำเนินการกิจการในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานีมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี

2.2) จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

1.3.2.2 กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกจากฝั่ง สปป.ลาว

1) ประชากร คือ ลูกค้ายกจากฝั่ง สปป.ลาว ในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ลูกค้ายกจากฝั่ง สปป.ลาว ในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ราย เลือกโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นคู่ค้ากับผู้ประกอบการฝั่งประเทศไทยมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2565

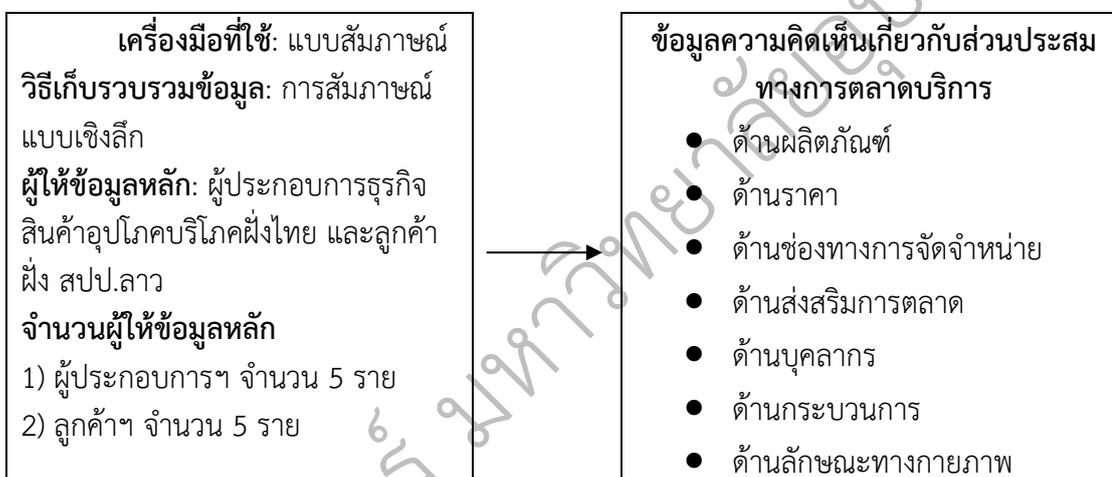
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับคู่ค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าจาก สปป.ลาว

1.4.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวนโยบายที่เหมาะสมในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งสองฝั่งประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

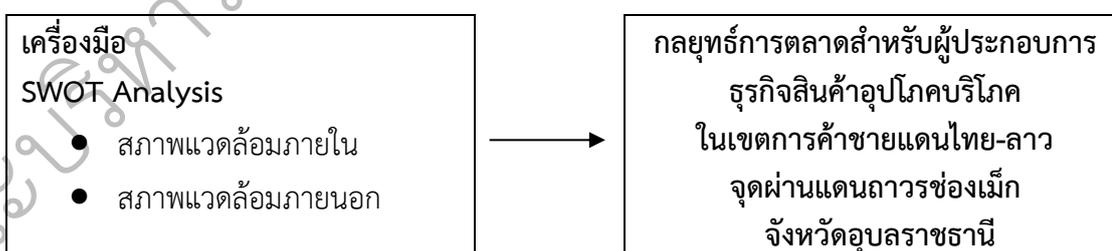
1.5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1.5.1 ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาการดำเนินธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



ภาพที่ 1.1 การศึกษาการดำเนินธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

1.5.2 ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกลยุทธ์และกำหนดกลยุทธ์



ภาพที่ 1.2 การสร้างกลยุทธ์และกำหนดกลยุทธ์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 **การค้าชายแดน** หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในเขตการค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว โดยเป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภคทั่วไป

1.6.2 ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่ตอบสนองต่อกลุ่มตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจในกิจกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.6.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2.2 ด้านราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการนำส่ง นัดหมาย หรือติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้แรงจูงใจด้านการตลาดของผู้ประกอบการฝั่งไทยเพื่อเพิ่มยอดขายกับกลุ่มลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว

1.6.2.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ลักษณะของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการดำเนินการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการดำเนินการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้อันเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการดำเนินการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง รูปแบบหรือวิธีการหรือกิจกรรมทางการตลาดที่สร้างขึ้นตามบริบทกิจกรรมการดำเนินการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคระหว่างผู้ประกอบการฝั่งไทยและลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ในเขตพื้นที่การค้าชายแดนไทย-ลาว จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้ประกอบการฝั่งไทย หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีร้านค้าที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าในฝั่งราชอาณาจักรไทย

1.6.4 ลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าอุปโภคและบริโภคจาก สปป.ลาว และเป็นคู่ค้ากับผู้ประกอบการฝั่งประเทศไทย

1.6.5 สินค้าอุปโภคบริโภค หมายถึง สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันของผู้คน ประกอบด้วย ของใช้ในบ้าน ของใช้ส่วนตัว และสินค้าที่สามารถรับประทานได้