

ปัญหาและการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ ในสามจังหวัดชายแดนใต้

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร* อุทิศ สังขรัตน์** และ ปัญญา เทพสิงห์***

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อในเขตอำเภอเมืองสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 2) เพื่อศึกษาการปรับตัวของร้านค้าสะดวกซื้อต่อเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตอำเภอเมืองสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อจำนวน 60 ราย ด้วยการสุ่มแบบลูกโซ่และการหุ่มแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์บริบทเชิงเนื้อหาจากการศึกษา พบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ คือ 1) การหดตัวของพื้นที่ทางสังคมของร้านสะดวกซื้อ 2) ปัญหาจากการดำเนินนโยบายรักษาความสงบ 3) การย้ายออกจากพื้นที่ 4) ปัญหาที่เกิดจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อที่เป็นแฟรนไชส์ 5) ปัญหาการแบ่งแยกร้านค้าระหว่างไทยพุทธและไทยมุสลิม และ 6) ปัญหาราคาสินค้าและราคาขนส่งที่ขยับตัวขึ้น ส่วนการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) เปิด-ปิด เป็นเวลา 6.00 น.-19.00 น. 2) การเฝ้าระวังสถานการณ์ และ 3) การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด

คำสำคัญ: ปัญหา การปรับตัว ร้านค้าสะดวกซื้อ สามจังหวัดชายแดนใต้

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สถานวิจัยเพื่อศึกษาการพัฒนาเอเชียแปซิฟิก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112

** อาจารย์, สถานวิจัยเพื่อศึกษาการพัฒนาเอเชียแปซิฟิก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112

*** รองศาสตราจารย์, สถานวิจัยเพื่อศึกษาการพัฒนาเอเชียแปซิฟิก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112

Problems and Adjustments of Convenience Store Entrepreneurs in Three Southern Border Provinces in Thailand

Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn Utit Sungkharat** and Punya Tepsing****

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the problems of entrepreneurs in convenience stores in three southern border provinces of Thailand, and 2) to study the adjustment of convenience store entrepreneurs to violent situations in the these border provinces. The researchers used the qualitative method through in-depth interviews with 30 entrepreneurs. The samples were selected using the chain-sampling and purposive-sampling techniques. The data were analyzed using content analysis. The study revealed six problems of entrepreneurs in convenience stores: 1) a decline in social participation; 2) problems with public policy regarding security issues; 3) relocation of entrepreneurs to other areas; 4) problems stemming from big department stores and the arrival of franchise businesses; 5) problems with groups of shop owners being divided between Thai Buddhists and Thai Muslims; and 6) the increased prices of goods and high

* Ph.D. (Development Science), Assistant Professor, Research Center for Asia Pacific Development Studies, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai, Songkhla 90112, THAILAND.

** Ph.D. (Cultural Studies), Lecturer, Research Center for Asia Pacific Development Studies, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai, Songkhla 90112, THAILAND.

*** Ph.D. (Arts and Cultural Research), Associate Professor, Research Center for Asia Pacific Development Studies, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai, Songkhla 90112, THAILAND.

cost of transportation. In addition, the adjustment of entrepreneurs involved the following: 1) a reduction in business hours from 6:00 a.m to 7:00 p.m.; 2) carefully monitoring situations of violence; and 3) using marketing strategies.

Keywords: *Problems, Adjustment, Convenience Store, Southern Border Provinces*

บทนำ

จากการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2547-เดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา มีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้น จำนวน 10,386 ครั้ง เป็นผลให้มีผู้เสียชีวิต รวม 4,453 คน มีผู้บาดเจ็บ 7,239 คน ขณะที่แนวโน้มของสถานการณ์ดังกล่าว แม้จะมีจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบลดลง แต่ปริมาณผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตกลับไม่ได้ลดน้อยลงตามจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบที่ลดลงด้วย (ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้, 2553) ซึ่งจากสภาพการพัฒนาของพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ เราจะพบว่าเศรษฐกิจในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ขยายตัวต่ำกว่าอัตราของภาคใต้และของประเทศมาโดยตลอด ตัวเลขตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ได้บอกถึงช่องว่างของเศรษฐกิจกับพื้นที่อื่น และเป็นช่องว่างที่สะสมมานานนับเกือบ 10-20 ปี กล่าวคือ มีการขยายตัวต่ำกว่ามาตรฐานของประเทศมาตลอด ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าวได้สะสมปัญหาเศรษฐกิจและสังคมต่าง ๆ โครงสร้างการผลิตที่แคบก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจเติบโตได้ในอัตราต่ำ สาขาเกษตรค่อนข้างเป็นสาขาหลัก ส่วนสาขาที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน การใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นแหล่งจ้างงานของบุคคลที่มีการศึกษาดี ๆ นั้นยังมีจำนวนน้อยมากและอยู่ในสาขาอุตสาหกรรมที่มีจำนวนจำกัด ซึ่งเมื่อเหตุการณ์ความไม่สงบได้เริ่มเกิดขึ้นเมื่อต้นปี พ.ศ. 2547 มีผลกระทบทันทีกับตัวเลขทางเศรษฐกิจใน 3 จังหวัด คือ ตัวเลขอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เคยโตถึง 5.8-5.9 ในช่วงก่อนหน้าปี พ.ศ. 2547 ได้ชะลอลงเหลือเพียงแค่ 1.4 เปอร์เซ็นต์ในปี พ.ศ. 2548 (สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552)

จากข้อมูลของ พงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ (2548) ที่ได้กล่าวถึงแนวโน้มของภาคธุรกิจ ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ว่า หลังจากที่รัฐได้พยายามแก้ไขปัญหาในพื้นที่ โดยการนำทหารเข้ามาควบคุมสถานการณ์ ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค่อนข้างมาก และอัตราการเติบโตทางธุรกิจยังชะลอลงตัวอีกด้วย ซึ่งคุณพงษ์ศักดิ์ ยังได้อธิบายอีกว่าร้านไหนมีทหารนั่งอยู่ในร้าน ชาวบ้านจะไม่กล้าไปซื้อของ และขายไม่ดี ขณะที่เวลาเปิดให้ค้าขาย ก็ยังมีระยะเวลาสั้นลง เช่น ในตัวเมืองโดยประมาณ 1 ทุ่มทุกร้านปิดร้านแล้ว เพราะไม่มีใครกล้าออกจากบ้าน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางจะขายได้เพียง 1 พันบาทต่อวัน ซึ่งรายได้ลดลงจากเดิมอยู่มาก ปัญหาที่ผู้ประกอบการเผชิญอยู่ขณะนี้ นอกจากที่จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่แล้ว ยังต้องถูกซ้ำเติมจากภาครัฐอย่างการเรียกเก็บภาษีรายได้จากสรรพากรอีกด้วย ซึ่งสำหรับภาคเอกชนที่รับแรงบีบคั้นไม่ได้ บางส่วนต้องการย้ายถิ่นฐานไปจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักธุรกิจในพื้นที่ควรจะมาช่วยกันคิดเพื่อหาทางออกว่าจะทำให้เอกชนในพื้นที่อยู่ต่อเพื่อดำเนินธุรกิจได้อย่างไร เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มักย้ายไปลงทุนในภาคอื่น ๆ ขณะที่ธุรกิจขนาดกลางย้ายไปจังหวัดยังภูเกิด-สงขลา โดยปัญหาเหล่านี้ได้เคยถูกนำเสนอให้เจ้าหน้าที่รัฐในส่วนกลางได้รับทราบแล้วแต่ได้รับการปฏิเสธ ด้วยเหตุผลที่เจ้าหน้าที่รัฐอธิบายว่าจะสนับสนุนให้นำเงินมาลงทุนในสามจังหวัดชายแดนนี้มากไม่ได้เนื่องจากจะอธิบายเอกชนภาคอื่นและในพื้นที่อื่นได้อย่างไร

สำหรับปัญหาของธุรกิจค้าปลีกในสามจังหวัดชายแดนใต้ วราวุธ จิตราวุธ (2551) ได้อธิบายถึงสถานะการณ์ธุรกิจค้าปลีกในสามจังหวัดชายแดนใต้ว่า ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มค้าปลีกผู้ค้ารายย่อย มีปัญหาตามมาโดยตลอด ทั้งในเรื่องของเงินทุน องค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ และไม่มีอำนาจการต่อรอง และไม่สามารถดำเนินธุรกิจเพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการข้ามชาติหรือโมเดิร์นเทรดได้ การค้าแบบเก่า ๆ ที่ดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมจะไม่สามารถอยู่ได้อีกต่อไป ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวเพื่อรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในยุคของการค้าเสรี ซึ่งผู้ประกอบการหรือรัฐบาลก็ไม่อาจที่จะไปห้ามเงินทุนต่างชาติได้ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถสู้เรื่องเงินทุนได้ ก็ควรจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพราะยุคนี้ผู้บริโภคมุ่งเน้นที่ความสะดวกมากกว่าราคาซึ่งเห็นได้จากเซเว่น อีเลฟเว่นที่สินค้ามีราคาแพง บางจำพวกแพงกว่าร้านโชห่วยด้วย แต่กลับขายดี เพราะมีการจัดการที่ดี เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2547 ถึง 2548 รัฐบาลโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดโครงการพัฒนาสามจังหวัดชายแดนชื่อ “โครงการส่งเสริมการประกอบธุรกิจการค้า” โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้ค้าปลีกในเขตสามจังหวัดชายแดนใต้ แต่โครงการดังกล่าวก็ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก (จังหวัดปัตตานี, 2548) อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ผ่านทาง คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้ออกประกาศฉบับที่ 8/2552 เรื่องมาตรการส่งเสริมการลงทุนเป็นพิเศษในเขตพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสิทธิพิเศษมากมายเมื่อไปประกอบธุรกิจในพื้นที่ (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2552)

สำหรับสถานการณ์ของผู้ประกอบการค้าปลีกในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ถึงแม้ในหลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลจะนำโครงการเศรษฐกิจสามฝ่ายไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย (IMT-GT) มาช่วยฟื้นฟูการค้าและการลงทุนในพื้นที่ โดยประกาศให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เศรษฐกิจผ่านพ้นวิกฤติกลับมาเป็นเหมือนเดิมก่อนหน้าที่จะเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบได้ (เกตุฉวา บุญปรากการ, 2553) และจากข้อมูลของ เอกพร นิโรจน์ (2553) ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้จัดการบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) สำนักงานจังหวัดสงขลา ได้อธิบายว่า ถึงแม้รัฐบาลจะมีนโยบายในการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการประกอบกิจการสำหรับธุรกิจภายใต้โครงการ Portfolio Guarantee Scheme ซึ่งในภาพรวมได้รับการตอบรับด้วยดีจากผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น แม้ว่า บสย. จะเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการในทุกประเภทธุรกิจสามารถใช้บริการค้าประกันสินเชื่อได้ แต่ปรากฏว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการได้ เนื่องจากติดปัญหาการพิจารณาสินเชื่อที่เข้มงวดของธนาคารพาณิชย์ จึงไม่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามต้องการ ซึ่งแนวโน้มของการขยายตัวทางธุรกิจ在三จังหวัด คือ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยเฉพาะในจังหวัดนราธิวาสจะมีการก่อสร้างมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ และการก่อสร้างศูนย์ราชการแห่งใหม่ รองลงมา คือ ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจาก

ยังเป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน

สำหรับการปรับตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกเพื่อแข่งขันกับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2545) ได้อภิปรายไว้ว่า แนวทางที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กควรจะทำดำเนินการมีดังต่อไปนี้ 1) ขายสินค้าคุณภาพดีราคาถูก เพื่อใช้ราคาสินค้าราคาต่ำเป็นตัวเลือกลูกค้า 2) ควรจะมีความหลากหลายในสินค้า 3) มีการบริการที่ดี และ 4) เน้นขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ในสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลจังหวัดปัตตานี (2548) ได้อธิบายแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยความร่วมมือกับจังหวัดปัตตานี ได้เคยมีแนวทางในการถ่ายทอดองค์ความรู้และช่วยผู้ประกอบการในวงระบบการบริหารจัดการและให้ความรู้เชิงปฏิบัติการแก่ผู้ประกอบการ ดังนี้ 1) การวางแผนจัดรูปแบบร้านค้า 2) การคัดเลือก จัดซื้อ เก็บสต็อก และจัดวางเรียงสินค้า 3) การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย 4) การควบคุมด้านการเงินและบัญชี และ 5) การให้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น

จากที่กล่าวมานั้น จะพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกในเขตพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ต้องพบกับวิกฤติตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบเป็นต้นมา นอกจากนั้นงานวิจัยและการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาด้านธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ยังมีได้มีการศึกษาอย่างจริงจังและนำผลที่ได้ไปแก้ปัญหา หรือนำไปสู่การผลักดันเชิงนโยบายอย่างแท้จริง เพราะขาดการมีส่วนร่วมและความเข้าใจที่แท้จริงต่อประชาชนในพื้นที่ ซึ่ง อิบราเฮ็ม ณรงค์รักษาเขต และคณะ (2549) ได้อภิปรายไว้เกี่ยวกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ไว้ว่า ประชาชนในพื้นที่ต้องการมีส่วนร่วม ต้องการให้มีการเกิดการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีความต้องการความยุติธรรมและเท่าเทียมกัน และความต้องการให้มีการยอมรับในความเป็นอัตลักษณ์ที่เฉพาะและพิเศษของคนในพื้นที่ ดังนั้น จากปัญหาความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนใต้ และความยาวนานของปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อโดยมีอาจปฏิเสธได้ การศึกษาวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจค้าปลีกในเขตสามจังหวัดชายแดนใต้เพื่อให้สามารถดำรงตนอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ความรุนแรงดังกล่าว ในการศึกษานี้จึงมีคำถามในการศึกษา คือ 1) ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในเขตอำเภอเมือง สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีอะไรบ้าง และ 2) ผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อมีการปรับตัวในการดำเนินกิจการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อในเขตอำเภอเมืองสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของร้านค้าสะดวกซื้อต่อเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตอำเภอเมืองของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ซึ่งการใช้การส่งเสริมการตลาดด้านราคาจะทำให้สามารถกระตุ้นยอดขายได้เพิ่มมากขึ้น (Barone, Andrew, & Anthony, 2007; Manning & Sprott, 2007) กลยุทธ์ด้านราคาเป็นเหตุผลซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อ (Hardesty, Bearden, & Carlson, 2007) ราคาขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มากกว่าภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Bridges, Richard, & Yim, 2006)

การส่งเสริมการขายเป็นประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจ ซึ่งการส่งเสริมการขายสามารถทำให้ยอดขายเพิ่มหรือลดได้ โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมการส่งเสริมการขายและการโฆษณาสินค้า (DelVecchio, Henard, & Freling, 2006) การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาจะช่วยทำให้อัตราการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น (Gijsbrechts, Katia, & Goossens, 2003)

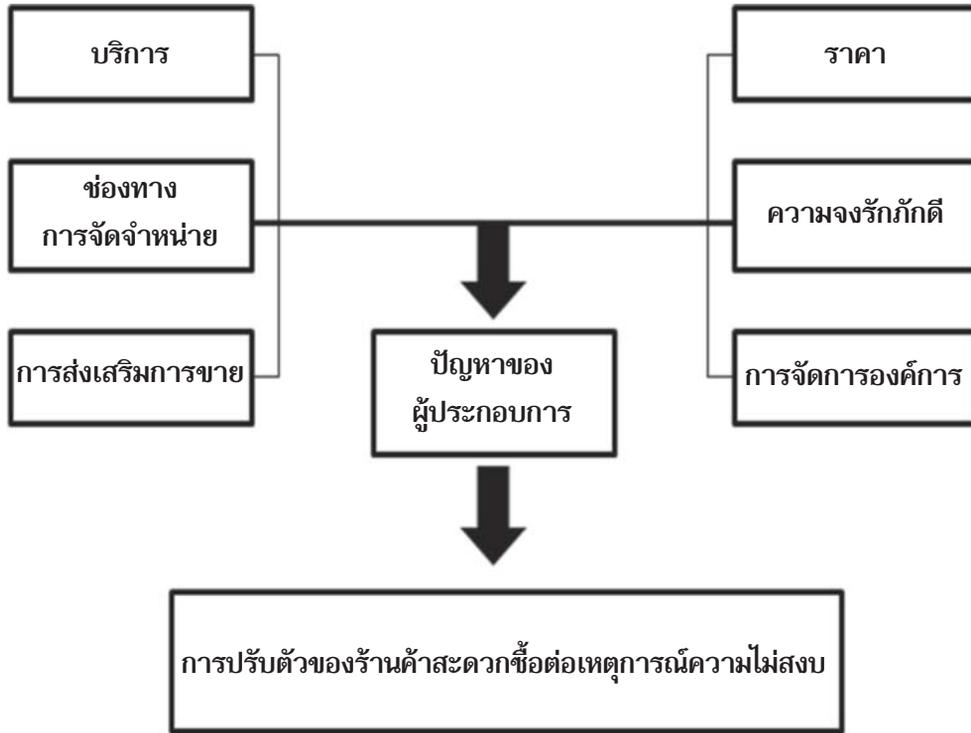
การบริการมีความสำคัญมากที่จะช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้ (Bolton et al., 2007) ซึ่งการส่งเสริมการขายด้วยการให้บริการที่ดีจะช่วยลดปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ในแง่ที่ไม่ดีของผู้ประกอบการได้ (Yim, Chan, & Hung, 2007) ซึ่งการบริการที่ดีจะช่วยให้เกิดการบอกต่อปากต่อปากจากลูกค้าและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ดีแก่ลูกค้า (Netemeyer & Maxham, 2007)

ในด้านการสร้างความจงรักภักดีต่อร้านค้า ระบบสมาชิกช่วยทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการและการซื้อซ้ำได้ (Kim & Choi, 2007) นอกจากนี้ การสร้างความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้า ทำให้ช่วงระยะเวลาการเข้ามาใช้บริการต่อร้านค้าเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้ระบบสมาชิกที่มีจำนวนมากเกินไปก็ไม่เป็นผลดีต่อการดำเนินกลยุทธ์นี้ (Meyer-Waarden, 2007)

การจัดการองค์การของตน เช่นการนำธุรกิจเข้าไปสู่ระบบแฟรนไชส์จะทำให้เกิดการพัฒนาระบบการทำงานที่ดีขึ้น และการได้มาซึ่งทรัพยากรด้านการจัดการต่าง ๆ จะเป็นไปอย่างมีระบบ (Dant & Kaufmann, 2003) นอกจากนั้นการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานในองค์กรกับลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Van Dolen, Dabholkar, & de Ruyter, 2007)

ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถกระตุ้นยอดขายได้ (Menon & Kahn, 2002) ซึ่งการใช้เว็บไซต์สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น และสามารถใช้เป็นช่องในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายได้ (Chandrashekar & Grewal, 2003; Voss & Seiders, 2003)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปและเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) ที่มีเจ้าของหรือผู้ประกอบการเป็นคนในท้องถิ่น ในเขตพื้นที่จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และมีการดำเนินธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกร้านสะดวกซื้อทั้งหมด 65 ร้าน โดยแยกเป็นร้านสะดวกซื้อในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี จำนวน 20 ร้าน จังหวัดยะลา จำนวน 20 ร้าน และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 20 ร้าน โดยทำการศึกษาในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 ซึ่งในการศึกษาคครั้งนี้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องปกปิดข้อมูลของผู้ที่ให้การสัมภาษณ์เพื่อความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่อยู่ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบและความรุนแรง โดยผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการและขั้นตอนศึกษา ดังนี้

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อที่เจ้าของเป็นคนในพื้นที่ในเขตสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยผู้วิจัยทำการสุ่มประชากรด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความสำคัญ (Key Informant) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อที่เจ้าของเป็นคนในพื้นที่ และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัญหาและการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อในสามจังหวัดชายแดนใต้ ผู้วิจัยได้รับฟังข้อคิดเห็นจำนวนมากจากผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในพื้นที่มายาวนาน ซึ่งผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบางข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการ ดังนี้

“เราดำเนินธุรกิจร้านค้านี้มาตั้งแต่รุ่นคุณตา โดยรวมมากกว่า 60 ปี เมื่อก่อนหน้า ปี พ.ศ. 2547 เราอยู่ได้โดยสงบสุข รายได้จากการขายของมีมากนักท่องเที่ยวมาเยอะ ปัจจุบันไม่มีคนต่างถิ่นเดินทางมา นักท่องเที่ยวจากมาเลเซียก็ไม่มา ตัวแทนขายสินค้าต่าง ๆ ก็ไม่มาขายของในพื้นที่ โรงแรมเล็ก ๆ ก็ปิดตัวเอง ทุกวันนี้เราอยู่เพราะเราไม่รู้จะย้ายไปไหน ถ้าหมดรุ่นเรา ก็คงไม่มีใครมาสืบทอดกิจการ เพราะลูก ๆ หลาน ๆ ไปอยู่ที่อื่น ๆ แล้ว เรามีรายได้น้อยลงแต่เราอยู่ได้เพราะเราไม่มีหนี้สิน ซึ่งถ้ารัฐบาลไม่สามารถแก้ปัญหาความไม่สงบได้ ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาการค้าดำเนินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อได้”

(ร้านค้าชาวไทยเชื้อสายจีน จังหวัดนราธิวาส สัมภาษณ์เมื่อ 23 มิถุนายน 2555)

นอกจากข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อชาวไทยเชื้อสายจีน โดยส่วนมากจะมีข้อคิดเห็นค่อนข้างใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยขอเสนอข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าที่เป็นชาวไทยพุทธ ดังนี้

“รายได้ลดลงเมื่อเทียบกับเมื่อก่อน แต่เราไม่รู้จะย้ายไปที่ไหน เพราะไม่มีทุนจะไปเริ่มต้นใหม่ เราต้องอยู่อย่างหวาดระแวงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การขายของและดำเนินชีวิตก็ขึ้นอยู่กับโชคชะตา ว่าใครจะโดนใครเข้ามาถึงในร้านหรือไม่ เราต้องช่วยเหลือตนเอง เพราะเจ้าหน้าที่รัฐจะช่วยเหลือเราได้อย่างไรในเมื่อเขายังไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ เพราะเขาก็โดนยิงเหมือนกัน”

(ร้านค้าชาวไทยพุทธ จังหวัดยะลา สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2555)

จากข้อคิดเห็นของเจ้าของร้านค้าสะดวกซื้อชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยพุทธ จะพบว่ามีความกังวลต่อสถานการณ์ความไม่สงบมาก แต่ในทำนองเดียวกันร้านค้าชาวไทยมุสลิมกลับมีความรู้สึกแตกต่างบ้าง ดังข้อคิดเห็น ดังต่อไปนี้

“ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการบ้าง ยิ่งถ้ามีเจ้าหน้าที่มา อยู่แถวร้านก็จะไม่มีลูกค้าเข้ามาซื้อของ นอกจากนั้น ลูกค้าต่างถิ่นน้อยลง อย่างไรก็ตาม ก็ยังขายได้เพราะลูกค้าที่มาซื้อสินค้าส่วนมากจะเป็นชาวไทยมุสลิมด้วยกัน อาจเป็นเพราะว่าเราเป็นมุสลิม พุดจากันรู้เรื่องสนิสนมมากกว่า อีกทั้งที่ร้านก็ขาย สินค้าทั่วไป ไม่ได้ขายเหล้า เบียร์ ความรู้สึกที่แยกลูกค้าเป็นเชื้อชาติศาสนาว่าจะ ไม่ใช่ แต่เป็นทัศนคติของลูกค้าที่จะเข้าร้านคนที่สนิท”

(ร้านค้าชาวไทยมุสลิม จังหวัดยะลา สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2555)

ข้อคิดเห็นดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงบางส่วนที่ได้จากการสัมภาษณ์ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการศึกษาออกเป็นสอง ส่วน คือ ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในเขตอำเภอเมืองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการปรับตัวของร้านสะดวกซื้อต่อเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตอำเภอเมืองสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้ ดังต่อไปนี้

ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในเขตอำเภอเมืองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1. การหดตัวของพื้นที่ทางสังคมของร้านสะดวกซื้อ

ร้านค้าสะดวกซื้อถือเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สำคัญของคนในชุมชนนับตั้งแต่อดีต ที่เป็นส่วน ย่อยในขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน โดยปกติคนในชุมชนส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับเจ้าของร้านค้า สะดวกซื้อเพราะร้านค้าสะดวกซื้อเป็นที่ที่ทุกคนในชุมชนมาใช้บริการจึงมีคุ้นเคยกันเป็นอันดี นอกจากนี้ ร้านค้าสะดวกซื้อเป็นพื้นที่ส่งข่าว พุดคุย จากลูกค้าสู่เจ้าของร้าน และจากเจ้าของร้านสู่ ลูกค้า หรือในชุมชนชาวไทยพุทธ และเจ้าของร้านซึ่งเป็นคนไทย (พุทธ) ใช้สถานที่หน้าร้านขายของชำ เป็นที่ตั้งพุ่มกฐิน ผ้าป่า อันเป็นเครื่องหมายที่แสดงให้เห็นถึงพลังของคนในชุมชนที่มีความศรัทธา ต่อพุทธศาสนา

หลังจากที่เกิดเหตุการณ์ได้ระยะหนึ่ง (ช่วงปี 2550 เป็นต้นมา) ร้านค้าสะดวกซื้อที่เคยเป็น ที่ทางสังคม เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยน พุดคุย เช่น กรณีร้านค้าสะดวกซื้อที่มีการขายน้ำชาหน้าร้านใน ตอนเช้า ซึ่งเคยมีผู้คนเคยคึกคัก มีลูกค้ามานั่งแลกเปลี่ยนพุดคุยหรือพบปะ ซึ่งจะเป็นที่รวมคนจาก เข้าจนสาย ก็มีคนมานั่งน้อยลง ส่วนหนึ่งมักจะซื้อใส่ถุง แล้วรีบกลับไปกินที่บ้าน ในกรณีที่เป็นร้านค้า สะดวกซื้อที่ขายเครื่องดื่มประเภท เหล้า เบียร์ และมีโต๊ะหน้าร้าน ซึ่งในอดีตเคยมีลูกค้ามานั่งดื่มเบียร์ ในช่วงเย็น ๆ หรือใกล้ค่ำ ในปัจจุบันลูกค้าที่มานั่งน้อยลง แต่จะซื้อกลับไปดื่มที่บ้าน หรือสถานที่ที่ผู้คน มีความรู้สึกว่าปลอดภัยกว่าการมานั่งหน้าร้านค้าสะดวกซื้อ

นอกจากนั้น พื้นที่ร้านค้าสะดวกซื้อเป็นพื้นที่เปิด เพราะผู้คนสามารถเข้าออกไปซื้อของได้ และมักจะเกิดระเบิดขึ้นกับร้านค้าสะดวกซื้อบ่อย ๆ พื้นที่ของร้านค้าสะดวกซื้อซึ่งมีฐานะเป็นพื้นที่ทางสังคมของชุมชน จึงค่อย ๆ หดตัวลง ผู้คนจะซื้อของจากร้านค้าสะดวกซื้อแล้วก็กลับบ้าน เพราะบ้านมีความรู้สึกปลอดภัยมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในสถานการณ์ปัจจุบัน และการย้ายออกไปของคนในชุมชนเพื่อไปหาที่อยู่ที่มีความรู้สึกว่ามีความปลอดภัยกว่า เช่น ย้ายไปตั้งถิ่นฐานใหม่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ก็ทำให้ประชาชนที่เคยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และมาพูดคุยกัน ลดจำนวนลงเช่นกัน

2. ปัญหาจากการดำเนินนโยบายรักษาความสงบ

ในการรักษาความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รัฐบาลได้พยายามสร้างความเชื่อมั่นให้กับพี่น้องประชาชนในพื้นที่ แต่ในทางตรงกันข้ามการดำเนินชีวิตที่ต้องมีความระมัดระวัง ถูกรวดรดาอย่างเข้มงวด ส่งผลให้ลูกค้ามักไม่ค่อยออกมาซื้อของในบริเวณใกล้ ๆ ที่มีการตั้งด่านตรวจ อีกทั้งบริเวณใดที่มีรถยนต์ของตำรวจ ทหารจอดอยู่ก็ไม่มีลูกค้าเข้าใกล้บริเวณดังกล่าว เพราะกลัวจะเป็นเป้าหมายในการก่อความรุนแรงดังกล่าว

ปัญหาความไม่สงบที่เกิดขึ้นในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้จากอดีตจนปัจจุบัน การแก้ปัญหาของรัฐประการหนึ่ง คือ การใช้กำลังของภาครัฐทั้งในพื้นที่ และจากนอกพื้นที่เข้ามาดูแลความสงบ โดยรัฐเชื่อว่านี่คือมาตรการสำคัญที่จะช่วยปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคให้ปลอดภัยได้ แต่การที่มีเจ้าหน้าที่ตำรวจทหารเข้ามาเต็มพื้นที่ กลับเหมือนดาบสองคม กล่าวคือ การรักษาความสงบนั้นสามารถที่สอดส่องดูแลมิให้เหตุการณ์เกิดขึ้นได้ในพื้นที่สำคัญ ๆ ได้ในระดับหนึ่ง แต่ในทางกลับกัน การที่ตำรวจทหารตั้งมั่น หรือประจำการบริเวณใด พื้นที่นั้นก็เป็นที่ที่ไม่มีความปลอดภัยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เป้าหมายในการก่อการร้ายนั้น เจ้าหน้าที่ของรัฐโดยเฉพาะตำรวจ-ทหารคือเป้าหมายสำคัญเป้าหมายหลัก

กรณีร้านค้าสะดวกซื้อก็เช่นกัน การที่ตำรวจทหารมาตั้งจุดตรวจใกล้ ๆ บริเวณร้านค้าสะดวกซื้อ ทำให้เจ้าของร้านมีความมั่นใจในระดับหนึ่งที่จะสอดส่องดูแลคนแปลกหน้าที่เข้ามาบริเวณร้านค้าได้ แต่ขณะเดียวกันก็มีความรู้สึกว่าการที่ตำรวจทหารเข้ามาสอดส่องพื้นที่ใดเป็นประจำ พื้นที่นั้นก็มิมีโอกาสที่จะถูกวางระเบิดสูงเช่นกัน เพราะในหลาย ๆ ครั้งเหตุการณ์ที่เกิดระเบิดก็จะเกิดในพื้นที่ตลาด โดยเฉพาะหน้าร้านค้าที่มีคนเข้าออกซื้อของพลุกพล่าน

ร้านค้าสะดวกซื้อที่เจ้าของเป็นคนจีน ต่างมีความรู้สึกเช่นนี้มากกว่าร้านค้าของชาวไทยมุสลิมหรือชาวไทยพุทธ ทั้งนี้อาจเนื่องจากเจ้าของร้านค้าสะดวกซื้อที่เป็นคนจีนต้องการทำธุรกิจการค้าเป็นประเด็นหลัก เมื่อมีปัญหาหรืออุปสรรคต่อการทำงานให้กิจการการค้าขายโดยเฉพาะปัญหาความไม่สงบที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยอันนำไปสู่การทำธุรกิจได้ไม่ราบรื่น นั่นหมายถึง การค้าขายก็จะไม่มีความก้าวหน้า

การตั้งข้อสังเกตดังกล่าวกลายเป็นความกังวล ดังนั้น หลายร้านที่เห็นว่าวันใดมีรถตำรวจทหาร มาจอดหน้าร้านบางครั้งจำเป็นที่จะต้องปิดร้าน หรือไม่กี่ต้องระวังมากเป็นพิเศษในวันนั้น เพราะอาจเกิดเหตุการณ์วางระเบิดตำรวจทหารหน้าร้านค้าของตนเองดังที่เคยเกิดขึ้นบ่อย ๆ ก่อนหน้านี้

อย่างไรก็ดี แม้ทัศนคติของร้านค้าสะดวกซื้อจะมองว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐโดยเฉพาะตำรวจทหาร คือ เป้าหมายหนึ่งที่ทำให้ร้านค้ามีความกังวลที่จะสร้างความสัมพันธ์ แต่ส่วนหนึ่งเจ้าของร้านก็มองว่าตำรวจทหารก็มีส่วนที่จะช่วยเหลือ และสร้างความปลอดภัยได้ในระดับหนึ่ง เพียงแต่ไม่อยากจะให้เข้ามาใกล้ร้าน อยากให้คอยลาดตระเวน หรือตรวจตราสถานการณ์ทั่วไปห่าง ๆ มากกว่ามาอยู่ใกล้ชิด เพราะยิ่งใกล้ชิดก็ยิ่งอันตราย ตราบใดที่รัฐไม่สามารถจะแก้ปัญหาความสงบได้ ธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อก็ไม่สามารถที่ดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น ซึ่งทุกร้านต่างหวังให้เหตุการณ์คลี่คลายลง ในเร็ววัน แต่ความหวังดังกล่าวจะเป็นไปได้แค่ไหนไม่มีใครที่จะตอบได้ ทุกวันนี้ร้านค้าสะดวกซื้อทำได้คือต้องระวังตนเอง

การติดกล้องวงจรปิดเป็นวิธีการหนึ่งที่ร้านนำมาใช้ เพื่อเฝ้าสังเกตความเคลื่อนไหวบริเวณหน้าร้าน แต่ใช้ว่าจะป้องกันอันตรายได้อย่างสิ้นเชิง เพียงแต่ต้องการสร้างความเชื่อมั่นในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะกล้องวงจรปิดก็มีข้อจำกัด โดยเฉพาะมุมที่สามารถมองเห็น ทั้งที่จะต้องมีคนเฝ้าดูหน้าจออยู่ตลอดเวลา ซึ่งบางร้านก็ต้องจ้างลูกจ้างสำหรับสังเกตหน้าร้านและเฝ้าวงจรปิดจนกลายเป็นภาระเพิ่มขึ้นของร้าน

ที่น่าสังเกตคือร้านที่มีวงจรปิดส่วนใหญ่มักเป็นร้านขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ (พื้นที่ของร้าน และปริมาณของที่ขาย) โดยพื้นที่ที่ติดตั้งกล้องวงจรปิดโดยส่วนมากจะเป็นร้านของคนจีน รองลงมาก็เป็นร้านค้าสะดวกซื้อของชาวไทยพุทธ และของชาวไทยมุสลิมตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่น และความกังวลต่อเหตุการณ์ซึ่งคนจีนมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ความไม่สงบมากกว่าคนไทยพุทธ และชาวไทยมุสลิม

อย่างไรก็ดี เหตุการณ์ความไม่สงบถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญซึ่งร้านค้าสะดวกซื้อมีความกังวลต่อการประกอบอาชีพค้าขาย ซึ่งหลายร้านพูดตรงกันว่า หากเหตุการณ์กลับไปเป็นปกติแล้ว ไม่เฉพาะแต่ร้านค้าสะดวกซื้อเท่านั้น เศรษฐกิจ และการดำเนินชีวิตก็จะดีขึ้นในทุกด้าน แต่หากเหตุการณ์ยังเป็นเช่นนี้ ความกังวลต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของชาวบ้าน อันรวมไปถึงร้านค้าสะดวกซื้อก็ต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง และสถานการณ์ของความไม่สงบ เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้สำหรับผู้คนในพื้นที่ซึ่ง “เลือกอยู่” มากกว่า “เลือกไป” (ย้ายถิ่น)

มากกว่า แต่ยังมีหลายร้านเช่นกันที่ยังมีความรู้สึกว่ายากจะประกอบธุรกิจร้านค้าในเขตอำเภอเมืองของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ร้านค้าสะดวกซื้อที่เจ้าของร้านเป็นคนต่างถิ่น ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในละแวกจังหวัดใกล้เคียง เช่น สงขลา สตูล นครศรีธรรมราช พัทลุง ซึ่งมีทั้งเป็นคนต่างถิ่นที่เข้ามาในฐานะที่เป็นขายส่งไก่หรือแต่งงานกับคนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ร้านค้าสะดวกซื้อเหล่านี้จึงมีลักษณะความรู้สึกอยู่ตรงกลาง จะอยู่ก็ได้ จะย้ายก็ได้ ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน แต่ส่วนหนึ่งร้านค้าสะดวกซื้อที่เจ้าของร้านเป็นคนต่างพื้นที่เหล่านี้มักจะย้ายออกมากกว่าร้านค้าสะดวกซื้อของคนที่เกิดในพื้นที่

การย้ายถิ่นแม้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ร้านค้าสะดวกซื้อได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ แต่เป็นทางเลือกที่ถือว่าเป็นทางเลือกสุดท้ายของร้านค้าสะดวกซื้อในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การดำรงอยู่ของร้านค้าให้ได้ท่ามกลางสถานการณ์ที่ดีที่สุด คือ การปรับตัว ซึ่งร้านค้าหลายร้านทำได้โดยการเฝ้าระวัง และมีกติกาในการดำเนินธุรกิจร้านทำ

4. ปัญหาที่เกิดจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อที่เป็นแฟรนไชส์

การดำเนินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในพื้นที่อำเภอเมืองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้นอกจากมีปัญหาเรื่องความไม่สงบแล้ว ปัญหาอันเนื่องจากการขายตัวทางธุรกิจของร้านค้าขนาดใหญ่ ถือเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งเช่นเดียวกับร้านค้าสะดวกซื้อในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ ที่เจ้าของทุนขนาดใหญ่ได้เคลื่อนทุนเข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น กระจายตัวไปทุกพื้นที่แม้แต่ในชนบท ขณะเดียวกันกลุ่มทุนเหล่านี้ก็ยังจัดตั้งร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นร้าน ๆ เล็ก ๆ เช่นเดียวกับร้านค้าสะดวกซื้อที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งมักจะใช้กลยุทธ์วิธีการขายแบบมืออาชีพ ที่ “ชาวบ้าน” หรือเจ้าของร้านค้าสะดวกซื้อในพื้นที่และเป็นคนท้องถิ่นไม่อาจแข่งขันได้

การเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้า เหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อร้านค้าสะดวกซื้อที่มีอยู่เดิมในจังหวัดปัตตานีก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือ การเปิดกิจการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ในอำเภอเมืองปัตตานีนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ส่งผลกระทบต่อร้านค้าสะดวกซื้อในพื้นที่อย่างมาก โดยเฉพาะช่วงที่มีสถานการณ์ความไม่สงบ ทั้งนี้เพราะการเข้าห้างสรรพสินค้าสามารถซื้อสินค้าโดยเฉพาะสินค้าในครัวเรือน และสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การเข้าไปในห้างสรรพสินค้าครั้งเดียวได้สินค้าเกือบครบทุกสิ่งที่ต้องการ ทั้งพื้นที่ในห้างสรรพสินค้ามีความสะดวกสบาย สะอาด ทั้งสามารถที่จะพาครอบครัวบุตรหลานเข้าไปด้วยได้ เพราะมีร้านค้า ร้านอาหาร อื่น ๆ มุมของเล่นเด็กซึ่งร้านค้าสะดวกซื้อไม่มี และไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้แบบครบวงจร ทำให้ร้านค้าสะดวกซื้อที่มีอยู่เดิมได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง และการเข้าไปซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และร้านสะดวกซื้อเช่น 7-11 มักจะมีความปลอดภัย เพราะมีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด รวมไปถึงการใช้กล้องวงจรปิด ซึ่งด้านความปลอดภัยที่ดีกว่าของห้างขนาดใหญ่และร้านสะดวกซื้อ

เช่น 7-11 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อร้านค้าสะดวกซื้อของคนท้องถิ่นที่มีความปลอดภัยต่ำกว่า

โดยสรุปปัญหาดังกล่าว เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกพื้นที่ แต่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น ในปัตตานี ที่มีห้างบิ๊กซี มาเปิดดำเนินกิจการ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ในเขตอำเภอเมืองไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า เพราะเชื่อมั่นในความปลอดภัย สามารถไปได้ทั้งครอบครัว ร้านสะดวกซื้อ เช่น จึงมีลูกค้าน้อยลง และส่วนมากก็เป็นลูกค้าที่ไม่ค่อยออกไปไหน หรือมีกำลังซื้อน้อย การปรับตัวของร้านสะดวกซื้อที่ทำได้ เช่น มีการลดราคาสินค้าบางรายการ และการขายด้วยเงินสด หรือหากเป็นร้านสะดวกซื้อที่ขายส่งด้วย การส่งของก็จะจ้างรถรับจ้างให้ไปส่งสินค้าให้ถึงลูกค้า เพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าของตนขึ้น

5. ปัญหาการแบ่งแยกร้านค้าระหว่างไทยพุทธและไทยมุสลิม

ปัญหาการแบ่งแยกร้านค้าเป็นปัญหาอันสืบเนื่องมาจากความไม่สงบ ในพื้นที่ พบว่า ร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน มีลูกค้าชาวไทยมุสลิมเข้าไปอุดหนุนน้อย โดยลูกค้าเหล่านี้มักไปอุดหนุนร้านค้าของชาของชาวไทยมุสลิมด้วยกัน ปัญหาดังกล่าวอาจเป็นปัญหาในทัศนะของกลุ่มพ่อค้าชาวไทยเชื้อสายจีน ที่พบมากในอำเภอเมืองจังหวัดยะลา และอำเภอเมืองจังหวัดนราธิวาส การปรับตัวของร้านค้าเหล่านี้ ก็คือ การลดสินค้าที่มีความจำเป็นของลูกค้าชาวไทยมุสลิมลง เพราะขายไม่ค่อยได้ สินค้าที่นำเข้ามาจะเน้นเฉพาะสินค้าที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช นม น้ำอัดลม ฯลฯ ซึ่งสามารถขายได้กับทุกกลุ่มลูกค้า และมีสินค้าตกค้างน้อย

แต่ในทัศนะของเจ้าของร้านค้าสะดวกซื้อชาวไทยมุสลิมแล้วกลับไม่มีความรู้สึกดังกล่าว หรือเห็นว่าเป็นปัญหา แต่เมื่อถามว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าทั่วไปหรือไม่ ระหว่างลูกค้าที่เป็นชาวไทยทั่วไปกับชาวไทยมุสลิม ลูกค้ากลุ่มไหนมากกว่ากัน คำตอบก็คือลูกค้าที่เป็นชาวไทยมุสลิม ทั้งนี้เจ้าของร้านชาวไทยมุสลิมเชื่อว่าการที่มีลูกค้าเหล่านี้มากกว่าอาจเป็นเพราะความสนิทคุ้นเคยมากกว่าเหตุผลในการแบ่งแยกว่าเป็นร้านค้าชาวจีน ร้านค้าชาวไทยพุทธ หรือร้านค้าชาวไทยมุสลิม

สรุปการแบ่งแยกร้านค้าระหว่างชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีนมีพบบ้างในบางพื้นที่ แต่ไม่ชัดเจนนัก ร้านสะดวกซื้อที่เจ้าของเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนบางร้านก็ไม่มีความรู้สึกดังกล่าวมากนัก เพราะลูกค้าปัจจุบันมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ เป็นชาวไทยมุสลิมที่เป็นลูกค้าประจำ และพักอาศัยในละแวกใกล้เคียง ในบางพื้นที่ของเขตอำเภอเมืองนราธิวาส เจ้าของร้านค้าสะดวกซื้อที่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีนจะมีความรู้สึกว่าคนไทยเชื้อสายมุสลิมมักจะซื้อสินค้าในร้านค้าของชาวไทยมุสลิมด้วยกัน ขณะที่ชาวไทยเชื้อสายจีนส่วนหนึ่งต้องการจะอพยพออกจากพื้นที่เพื่อไปทำธุรกิจที่อื่น ขณะเดียวกันร้านค้าชำจะถูกเปลี่ยนเจ้าของเป็นชาวไทยมุสลิมเพิ่มขึ้น รวมทั้งร้านค้าชำใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นก็เป็นของชาวมุสลิมเป็นส่วนใหญ่

6. ปัญหาราคาสินค้าและราคาขนส่งที่ยับยั้งตัวขึ้น

การยับยั้งตัวของราคาสินค้าและการขนส่ง ส่งผลกระทบต่อการลงทุนต่อร้านค้าสะดวกซื้อ ทั้ง 3 จังหวัดเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะการปรับตัวของราคาสินค้าที่สูงขึ้น ทั้งการขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้ร้านค้าสะดวกซื้อต้องลงทุนสูงขึ้น ในขณะที่การขายของมีแนวโน้มว่าจะขายได้น้อยลง ทั้งมาจากปัจจัยของความเชื่อมั่นที่ลดลง เพราะการใช้ชีวิตไม่เหมือนเดิม ลูกค้ายิ่งไม่นิยมที่จะเดินจับจ่ายสินค้าเหมือนสถานการณ์ปกติ

การที่สินค้าขึ้นราคา ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อร้านค้าสะดวกซื้อ ทั้งนี้ปัญหาอันสืบเนื่องมาจากราคาน้ำมันปรับตัว สินค้าหลายอย่างจึงปรับตาม ทั้งนี้นโยบายการเงินเดือนของข้าราชการและผู้จบปริญญาตรีต่างเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขึ้นราคาสินค้า ข้อมูลในพื้นที่ศึกษาจึงเป็นไปในทางเดียวกัน นั่นคือ ความต้องการให้รัฐเข้ามาดูแลและควบคุมราคาสินค้า หากปล่อยให้สินค้าขึ้นราคาเช่นนี้ ผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ ต้องเพิ่มทุนที่จะซื้อของเข้าร้านมากขึ้น ทั้งของก็ขายได้น้อยลง ผู้คนก็ระมัดระวังในการใช้จ่าย ยิ่งในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อสถานการณ์ความไม่สงบด้วยแล้ว ร้านค้าสะดวกซื้อจึงได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง

การปรับตัวของร้านค้าสะดวกซื้อต่อเหตุการณ์ความไม่สงบ

จากเหตุการณ์ความไม่สงบดังกล่าว ทำให้ทุกร้านค้าสะดวกซื้อต้องปรับตัวตามสถานการณ์ และโดยส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นว่า “ชินแล้วกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น” ซึ่งแต่ละร้านค้าสะดวกซื้อจะมีวิธีการปรับตัว ดังต่อไปนี้

1. การเปิดปิดร้านค้า

ร้านค้าสะดวกซื้อหลายร้านในเขตพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีการปรับตัวต่อสถานการณ์ โดยการกำหนดเวลาในการเปิดปิดร้าน เพื่อความปลอดภัย กล่าวคือ มีการเปิดร้านช้ากว่าเดิม และปิดร้านเร็วกว่าเดิม การกำหนดเวลาดังกล่าวลดการสูญเสียต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการก่อความไม่สงบ เพราะช่วงเช้าตรู่ และช่วงค่ำเป็นช่วงที่มีผู้คนออกมาจากบ้านน้อยกว่าช่วงเวลากลางวัน ซึ่งทุกคนต้องออกจากบ้านมาประกอบอาชีพ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น ตำรวจ ทหาร ก็มีการตรวจตราทั่วไป ส่วนช่วงเช้าตรู่และค่ำ เป็นช่วงที่ไม่ค่อยมีผู้คน ทั้งการสัญจรบนท้องถนนก็ไม่พลุกพล่าน โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์จึงมีมาก ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่า เหตุการณ์ความไม่สงบโดยเฉพาะเหตุระเบิดมักจะเกิดในช่วงเช้า และช่วงค่ำ

อย่างไรก็ดี การเปิดปิดร้านที่เปิดช้า-ปิดเร็ว ดังกล่าวไม่ได้เหมือนกันทุกพื้นที่ ในจังหวัดปัตตานี บางจุด เช่น ถนนหน้ามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ร้านค้าจะปิดช้ากว่าพื้นที่อื่น ๆ ในรอบนอกออกไป ทั้งนี้เพราะบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยฯ มีนักศึกษาซึ่งซื้อของ ทานข้าว ร้านที่เปิดส่วนใหญ่เป็นร้านที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายอาหาร เครื่องดื่ม ร้านโทรศัพท์มือถือ-

ไอที ร้านขายเครื่องเขียน ร้านขายยา และร้านซูเปอร์มาร์เก็ต รวมทั้งร้าน 7-11 จำนวน 3 ร้าน ซึ่งตั้งอยู่ 2 ฟากถนนในบริเวณนั้น จากการสังเกต ร้านต่าง ๆ เหล่านี้จะเริ่มปิดประมาณ 4 ทุ่ม แต่บริเวณดังกล่าวมีร้านขายของขำน้อยมาก พื้นที่บริเวณนี้ถือเป็นพื้นที่ปลอดภัยในระดับหนึ่ง

2. การเฝ้าระวังสถานการณ์

สถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นทำให้ร้านค้าสะดวกซื้อเพิ่มความระมัดระวังในการทำกิจการการค้า มาตรการหลายอย่างที่ถูกนำมาใช้ เพื่อป้องกันตนเอง เช่น การไม่ให้เทศบาลนำถังขยะมาไว้หน้าร้านค้า การไม่ให้รถยนต์ รถจักรยานยนต์ของคนไม่รู้จัก รวมทั้งเจ้าหน้าที่ตำรวจทหารมาจอดหน้าร้าน หรือใกล้ ๆ บริเวณร้านค้า การติดกล้องวงจรปิด เป็นต้น เหล่านี้เป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับตนเอง และร้านค้า

จากข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์เจ้าของร้านราณี เลขที่ 72/2 ถนนละม้ายอุทิศ ตำบลบางนา อำเภอมือง จังหวัดนราธิวาส ได้มีแนวทางในการเฝ้าระวังด้วยการคอยสังเกต ใช้กล้องวงจรปิดที่ติดตั้งหน้าร้านช่วยเป็นหูเป็นตา ไม่วางถังขยะหน้าร้าน คอยสังเกตรถจักรยานยนต์ที่มาจอด เป็นต้น นอกจากนั้น จะต้องสังเกตความเคลื่อนไหวทุกอย่างบริเวณหน้าร้าน และบริเวณใกล้เคียง หากไม่มั่นใจวันนั้นก็ปิดร้านอยู่ในบ้าน คอยดูสถานการณ์แล้วค่อยเปิดใหม่ในวันต่อไป ทั้งต้องสำรวจ จดจำรถที่มาจอดหน้าร้าน หากสงสัยให้โทรแจ้งเจ้าหน้าที่มาเอาออกจากหน้าร้านทันที ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านค้าขำเหล่านี้ใช้ประการณ์ตรงที่เคยเกิดขึ้นมาปรับตัว

สถานการณ์ปัญหาของร้านขายของขำในปัจจุบัน นอกจากปัญหาความไม่สงบที่เกิดขึ้น อันเป็นปัญหาหลักของพื้นที่ ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้แล้ว ปัญหาอื่น ๆ ก็มีอีกหลายประการซึ่งร้านค้าสะดวกซื้อ แต่ละร้านจะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และสถานการณ์ปัจจุบันที่ดำรงอยู่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัจจัยหลักที่ทำให้ร้านค้าสะดวกซื้อเพิ่มขึ้นท่ามกลางความไม่ปลอดภัยดังกล่าวดูเหมือนว่าจะสวนทางกับความเป็นจริง แต่แท้ที่จริงแล้ว การเกิดขึ้นใหม่ของร้านค้าสะดวกซื้อเหล่านี้เป็นผลมาจากความไม่สงบ เกิดการระจุกตัวของชุมชนเพิ่มขึ้น การย้ายจากชานเมืองเข้าอยู่ในพื้นที่เมือง ซึ่งมีผู้คน และเพื่อนบ้านที่มีรั้วติดกันสร้างความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัยมากกว่าจะตั้งบ้านเรือนอยู่โดดเดี่ยว เมื่อเกิดการระจุกตัวของชุมชน ร้านค้าสะดวกซื้อที่มีอยู่เดิมก็ไม่สามารถที่จะตอบสนองลูกค้าได้ทั่วถึง ร้านค้าสะดวกซื้อจึงมีทุกซอกทุกมุมของพื้นที่เมือง และที่สำคัญห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และร้านค้าสะดวกซื้อในระบบแฟรนไชส์ก็มีเพิ่มขึ้น เพราะถือว่าเป็นทางเลือกให้กับคนในชุมชนเมืองได้มากกว่าร้านค้าสะดวกซื้อแบบดั้งเดิม

3. กลยุทธ์การตลาด

การดำเนินธุรกิจร้านขายของในพื้นที่อำเภอเมืองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในส่วนของการประกอบการมีลักษณะที่เหมือนกับพื้นที่อื่น ๆ ในปัจจุบัน นั่นคือ มีการแข่งขันสูง มีร้านค้าสะดวกซื้อที่เปิดเพิ่มขึ้น ยุทธวิธีในการดำรงอยู่ของธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัว เช่น การจัดร้านให้ดูสะอาด มีสินค้าหลากหลาย ขายในราคาที่เหมาะสม ทั้งสามร้านที่จะใช้เครดิตได้ (ลูกค้าประจำที่คุ้นเคย) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญจากการลงพื้นที่ศึกษา พบว่า การทำธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อนั้น แม้ว่าพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เฝ้าระวัง แต่กลับพบว่าธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อมีเพิ่มมากขึ้น การปรับตัวของร้านค้าสะดวกซื้อที่สามารถทำได้ คือ การขายด้วยระบบเงินเชื่อ สำหรับลูกค้าดั้งเดิมที่คุ้นเคย ทั้งมีการส่งสินค้าตามปริมาณความจำเป็น โดยให้มีสินค้าระบายออกได้อย่างต่อเนื่อง และสินค้าจะต้องค้างสต็อกให้น้อยที่สุด

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัญหาหลักของร้านค้าสะดวกซื้อเกิดจากความไม่สงบไม่พื้นที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยพุทธ ซึ่งกลายเป็นประชากรส่วนน้อยในพื้นที่ในปัจจุบัน ในทางตรงกันข้ามกับการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการชาวไทยมุสลิมอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งยังไม่มีคำตอบอย่างชัดเจนว่าการขยายตัวอย่างมากของผู้ประกอบการชาวไทยมุสลิมนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยใด ซึ่งสาเหตุของความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ดังกล่าว ทินพันธุ นาคะตะ (2553) ได้สรุปไว้ว่า การก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีสาเหตุทั่วไปที่เกิดจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความด้อยพัฒนาและความยากจน อิทธิพลของอุดมการณ์ทางศาสนา ความต้องการสถาปนารัฐปัตตานี อาชญากรรมจัดตั้ง การละเมิดสิทธิมนุษยชน และการเลือกปฏิบัติ สิ่งเหล่านี้ เป็นปัจจัยทางโครงสร้างทางประวัติศาสตร์และทางพฤติกรรมของบุคคล แต่สาเหตุที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะน่าจะเกิดจากการกระทำของกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มแบ่งแยกดินแดน กลุ่มธุรกิจผิดกฎหมาย กลุ่มนักการเมืองและผู้นำท้องถิ่นและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ รวมทั้งการไม่ยอมรับอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่จากข้าราชการในอดีต

ปัญหาของร้านค้าสะดวกซื้อในพื้นที่อำเภอเมืองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งดำรงอยู่ท่ามกลางความสับสนเสี่ยงต่อการเกิดเหตุ และสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ไม่มีใครรู้ว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับใคร เมื่อไหร่ การดำรงอยู่จึงเต็มไปด้วยความระแวงระวัง มาตรการหลายอย่างที่ร้านค้าสะดวกซื้อพยายามปรับตัว ให้เกิดความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สิน ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ เช่น การกำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านให้เข้ากับสถานการณ์ การติดตั้งกล้องวงจรปิด การหลีกเลี่ยงที่จะตั้งถังขยะ หรือถังดับเพลิงไว้หน้าร้าน การไม่อนุญาตให้รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ของคนแปลกหน้ารวมทั้งของตำรวจทหารมาจอดที่หน้าร้าน รวมไปถึงร้านข้างบางร้านลงทุนจ้างลูกจ้างมาเฝ้าหน้าร้านเพื่อระวังป้องกันเหตุร้ายที่จะเกิดขึ้น นอกจากนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ

ซึ่งเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยพุทธยังได้ข้อคิดเห็นว่า การปรับตัวในการดำเนินชีวิตในพื้นที่อย่างหนึ่ง คือ เมื่อไหร่ที่ลูกค้าชาวมุสลิมเข้ามาซื้อสินค้าในเขตชุมชนน้อยผิดปกติ อาจสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้น

ซึ่งในกระบวนการแก้ปัญหาการค้าเงินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความรุนแรงนั้น สารสำคัญที่จะทำให้สามารถแก้ไขได้ขึ้นอยู่กับปรับเปลี่ยนบริบทการบริหารของหน่วยงานภาครัฐเป็นสำคัญ โดยที่บทบาทภาครัฐด้านการใช้นโยบายมีความสำคัญมาก การปล่อยเสรีทางการค้า การเข้ามาของธุรกิจข้ามชาติ และส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ถูกต้องแล้วหรือไม่ รัฐบาลทุกสมัยไม่เคยกำหนดนโยบายในการปกป้องธุรกิจของคนไทยไว้หรือไม่ ซึ่งในเรื่องของการปกป้องธุรกิจท้องถิ่น ศักดา ธนิตกุล (2548) ได้อธิบายถึงนโยบายที่รัฐใช้สนับสนุนผู้ประกอบการค้าปลีกไว้ว่า โดยนโยบายส่วนมากที่ประเทศต่าง ๆ ดำเนินการจะสามารถจัดกลุ่มออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก รัฐจะเข้าไปแทรกแซงเพื่อแก้ไขปัญหาแต่แทรกแซงในระดับต่ำ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย กลุ่มที่สอง รัฐจะเข้าข้างเอสเอ็มอีอย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ อินโดนีเซีย และกลุ่มที่สาม รัฐจะเข้าแทรกแซงเพื่อแก้ไขปัญหา โดยพยายามถ่วงดุลระหว่างนโยบายส่งเสริมและปกป้องเอสเอ็มอีกับนโยบายส่งเสริมการแข่งขัน ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนั้น การกระจายอำนาจด้านการบริหารเพื่อจัดการปัญหาความขัดแย้งที่เป็นปัญหาหลักก็เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่ง อาคม ใจแก้ว (2554) ได้อธิบายไว้ว่า การบริหารที่เหมาะสมกับพื้นที่ในสามจังหวัดชายแดนใต้ คือ รูปแบบการกระจายอำนาจในการให้อำนาจการบริหารบางส่วนกับระดับพื้นที่ แต่บางส่วนงานอำนาจการบริหารยังอยู่กับส่วนกลาง แต่ในระยะยาวอาจเป็นระบบการปกครองท้องถิ่นที่ดำเนินกิจกรรมได้หลากหลายและมีอิสระมากขึ้น โดยวัตถุประสงค์สำคัญของการจัดตั้งองค์กรในการปกครองท้องถิ่นที่มีอิสระควรเน้นด้านการพัฒนาสังคม-เศรษฐกิจ และการจัดการความมั่นคง และมีโครงสร้างการบริหารภายในที่สำคัญควรประกอบด้วย 10 ฝ่าย คือ ด้านการศึกษา ด้านพัฒนาทางเศรษฐกิจ ด้านเยาวชนและครอบครัว ด้านวัฒนธรรม ศาสนา และภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านยาเสพติด ด้านป้องกันปราบปราม ด้านข้อมูล/ข่าวสาร ด้านปฏิบัติการจิตวิญญามวลชนและประชาสัมพันธ์ ด้านความมั่นคงและจิตวิทยาและด้านปฏิบัติการทางการเมือง นอกจากนี้ ต้องกระจายอำนาจด้านการคลังและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้องค์กร แต่อยู่ภายใต้การควบคุมและการตรวจสอบจากส่วนกลาง และควรดำเนินการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรบริหาร 3 จังหวัดชายแดนใต้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อทำงานร่วมกับสถาบันทางสังคมและเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนต่อไป

โดยบทสรุปของเรื่องนี้ ผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อจำนวนมากได้แต่หวังว่า ในอนาคตปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จะหมดไป ไม่มีคำตอบชัดเจนว่าเหตุการณ์เกิดขึ้นได้อย่างไร เพราะอะไรอะไรเป็นปัจจัยหลักของสาเหตุ ผู้ประกอบการทุกคนได้แต่ปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคงต้องอยู่ในพื้นที่ “อยู่ทน” หรือ “ทนอยู่” การช่วยเหลือตนเองคือทางเลือก

ที่ดีที่สุด ในการปรับตัว สูดทำผู้วิจัยได้แต่หวังว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรม จีน ไทย และ มลายู จะยังเกิดการผสมผสานและดำรงอยู่ในพื้นที่ตลอดไป มิใช่สถานการณ์เป็นสิ่งเร้าให้ประชาชน ศาสนาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มุสลิมต้องย้ายออก และสุดท้ายแล้วในอนาคตจะเหลือเพียงประชาชนที่เป็น มุสลิมเพียงเท่านั้น ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งพหุลักษณะวัฒนธรรมมาช้านาน และประชาชน อยู่ร่วมกันโดยมิได้มีความรู้สึกแตกแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา แม้แต่ในปัจจุบัน ไทยมุสลิม ไทยพุทธ และไทยเชื้อสายจีน โดยส่วนมากก็มิได้มีความรู้สึกแตกแยกดังกล่าว สิ่งที่เป็นอยู่ในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ “คนกลุ่มหนึ่ง” ที่ยังคงดำเนินกิจกรรมความรุนแรง ซึ่งไม่มีคำตอบอย่างชัดเจนว่าคนกลุ่มนี้เป็น ใครกันแน่ แต่สิ่งที่เป็นคำถามจากคนในพื้นที่ตลอดมา คือ “รัฐจริงจังกับการดำเนินการหรือยัง” หรือ “รัฐไม่รู้เลยหรือว่าใครคือตัวการ” และเพราะอะไรถึงจับหัวหน้าหรือจอมบงการไม่ได้ ?

ข้อจำกัดในการศึกษา

ภายใต้สถานการณ์ความรุนแรง ทำให้การเก็บข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลผลการศึกษา ต้องใช้ความระมัดระวังและรอบคอบ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ทั้งแก่คณะผู้วิจัย และผู้ให้ข้อมูล

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

ควรจะต้องมีการศึกษาความต้องการการได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายเพื่อ การพัฒนาธุรกิจค้าปลีกต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย สถานะ และการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งอยู่ในชุดโครงการ มาเลเซีย: หน้าที่สำคัญต่อไทย รุ่นที่ 3 โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- เก็ดถวา บัญพราการ. (2553). ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนปาดังเบซาร์ไทย-มาเลเซีย. *วารสารคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 2(1), 1-25.
- คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2552). ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ฉบับที่ 8/2552 เรื่อง มาตรการส่งเสริมการลงทุนเป็นพิเศษในเขตพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2554, จาก The Thai Board of Investment Website http://www.boi.go.th/thai/about/law_and_regulations.asp
- จังหวัดปัตตานี. (2548). โครงการส่งเสริมการประกอบธุรกิจการค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2554, จาก Pattani province Website http://www.pattani.go.th/province/dbd_ptn/explorer/salefree.html
- ทินพันธุ์ นาคะตะ. (2553). การก่อการร้ายในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้: สาเหตุสำคัญ. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 16(6), 911-932.
- พงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ. (13 มิถุนายน 2548). ธุรกิจ 3 จังหวัดภาคใต้ทรุด ย้ายฐานผลิตหนีรัฐรีดภาษีซ้ำเติม *กรุงเทพธุรกิจ* หน้า 3.
- ศักดิ์ดา ธนิตกุล. (2548). ปกป้อง SMEs: กม.แข่งขันการค้า ในมิติของความขัดแย้ง. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2554, จาก Matichon news Website <http://www.matichon.co.th/matichon>
- ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้. (2553). เดือนที่ 82 ของไฟใต้: บทเพลงแห่งความรุนแรงและสันติภาพยังไม่จบ. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2553, จาก Deep South Watch Organization <http://www.deepsouthwatch.org/node/1123>
- สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2552). เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสามจังหวัดชายแดนใต้. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2554, จาก สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ Website <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=415.0;wap2>
- วรารุส จิตรารุส. (2551). รัฐบาลพึ่งไม่ได้ 'ค้าปลีกแดนใต้' ฟันธง!. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554, จาก Paktaibiznews Website <http://paktaibiznews4.board.ob.tc/-View.php?N=122>
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2545). แนวทางการปรับตัว SMEs กลุ่มค้าปลีก. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2554, จาก สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Website <http://www.ismed.or.th/SME2/src/bin/controller.php?view=knowledgeInsite.KnowledgesDetail&p=&nid=&sid=57&id=413&left=88&right=89&level=3&lv1=3>

- เอกพร นิโรจน์. (2553). ลงทุน 3 จังหวัดชายแดนใต้ยังแผ่ว ภาคธุรกิจเข้าไม่ถึงแหล่งทุน-นิคมอุตสาหกรรม
ปัตตานีชะงัก. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2554, จาก Prachachat news Website
http://www.prachachat.net/view_news.php?newsid=02phu01071053§ionid=0211&day=2010-10-07
- อาคม ใจแก้ว. (2554). รูปแบบการบริหารที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับการประยุกต์ใช้. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 16(6), 989-1011.
- อิบราเฮ็ม ณรงค์รักษาเขต และคณะ. (2549). ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 12(4), 537-559.
- Barone, M., Andrew, N., & Anthony, M. (2007). Customer response to cause-related marketing strategies for retail goods: Is more of less fit better. *Journal of Retailing*, 83(4), 437-445.
- Bolton, R.N., Grewal, D., & Levy, M. (2007). Six strategies for competing through service: An agenda for future research. *Journal of Retailing*, 83(1), 1-4.
- Bridges, E., Richard, A.B., & Yim, C.K.B. (2006). Effects of prior brand usage and promotion on consumer promotional response. *Journal of Retailing*, 82(4), 295-307.
- Chandrashekar, R. & Grewal, D. (2003). Assimilation of advertised reference prices: The moderating role of involvement. *Journal of Retailing*, 79(1), 53-62.
- Dant, R.P. & Kaufmann, P.J. (2003). Structural and strategic dynamics in franchising. *Journal of Retailing*, 79(2), 63-76.
- DelVecchio, D., Henard, D.H., & Freling, T.H. (2006). The effect of sales promotion on post-promotion brand preference: A meta-analysis. *Journal of Retailing*, 82(3), 203-213.
- Gijsbrechts, E., Katia, C., & Goossens, T. (2003). The impact of store flyers on store traffic and store sales: A geo-marketing approach. *Journal of Retailing*, 79(1), 1-16.
- Hardesty, D.M., Bearden, W.O., & Carlson, J.P. (2007). Persuasion knowledge and consumer reactions to pricing tactics. *Journal of Retailing*, 83(2), 199-210.
- Kim, S.-H. S. & Choi, C. (2007). The role of warehouse club membership fee in retail competition. *Journal of Retailing*, 83(2), 171-181.

- Manning, K. & Sprott, D. (2007). A further examination of multiple unit price promotions and their effects on quantity purchase intentions. *Journal of Retailing*, 83(4), 411-421.
- Menon, S. & Kahn, B. (2002). Cross-category effects of induced arousal and pleasure on the internet shopping experience. *Journal of Retailing*, 78(1), 31-40.
- Meyer-Waarden, L. (2007). The effects of loyalty programs on customer lifetime duration and share of wallet. *Journal of Retailing*, 83(2), 223-236.
- Netemeyer, R.G. & Maxham, J.G., III. (2007). Employee versus supervisor rating of performance in the retail customer service sector: Differences in predictive validity for customer outcomes. *Journal of Retailing*, 83(1), 131-145.
- Van Dolen, W.M., Dabholkar, P.A., & de Ruyter, K. (2007). Satisfaction with online commercial group chat: The influence of perceived technology attributes, chat group characteristics, and advisor communication style. *Journal of Retailing*, 83(3), 339-358.
- Voss, G.B. & Seiders, K. (2003). Exploring the effect of retail sector and firm characteristics on retail price promotion strategy. *Journal of Retailing*, 79(1), 37-52.
- Yim, C.K.B., Chan, K.W., & Hung, K. (2007). Multiple reference effects in service evaluations: Role of alternative attractiveness and self-image congruity. *Journal of Retailing*, 83(1), 147-157.