

ลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

Characteristic of Product and Service Consumption of Alien Labor and Small and
Medium Enterprises entrepreneurship adaptive: Case studies in Mueang District Sumut
Sakhon Province

วีโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)*

ชนัญชิตา เจริญวัฒน์ (Chanunchida Charoenwat)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่าง
ด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ใน
ด้านการจ้างงาน ด้านการสื่อสาร ด้านสินค้าและการให้บริการและด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ โดยใช้
วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแรงงานต่างด้าวจำนวน 5 คน และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย รวมทั้งสังเกตพฤติกรรมและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
ภายในชุมชน

ผลการศึกษวิจัยพบว่า 1) ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว แตกต่าง
จากคนไทย เนื่องจากมีลักษณะการอยู่อาศัยที่ชั่วคราวและยังมีวัฒนธรรมท้องถิ่นเฉพาะของตนเอง 2) การ
ปรับตัวด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ผู้ประกอบการมีการจ้างงานแรงงานต่างด้าวมากขึ้นเนื่องจากขาดแคลน
แรงงานไทย และปรับรูปแบบการจ้างงานให้ถูกต้องตามกฎหมาย 3) การปรับตัวด้านการติดต่อสื่อสารกับแรงงาน
ต่างด้าว ใช้การสื่อสารด้วยบทสนทนาที่ง่ายต่อการเข้าใจและใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวลและอ่อนโยนเพื่อสร้างความ
อบอุ่นและแสดงความเป็นมิตร รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของแรงงานต่างด้าว 4) การปรับตัวด้านสินค้าและการ
ให้บริการ ให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เน้นการใช้งานมากกว่าคุณภาพ และทำการตลาด
แบบเจาะกลุ่มให้ตรงตามความต้องการของแรงงานต่างด้าว 5) การปรับตัวด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ
ส่งเสริมให้แรงงานต่างด้าวบริโภคสินค้าและบริการในปริมาณที่มากโดยส่งเสริมการตลาดโดยการลดราคา และ
กำหนดราคาตามความสามารถในการบริโภคของแรงงานต่างด้าว

คำสำคัญ : การประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs), แรงงานต่างด้าว, การปรับตัว
ของการประกอบการ, การบริโภคสินค้าและการใช้บริการ

Abstract

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Asst. Prof. Dr. of Faculty of Management Science, Silpakorn University.

** นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student of General Business Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

This research is aimed to study characteristic of product and service of alien labor and small and medium enterprises entrepreneurship adaptive in Mueang district Sumut Sakhon province in communication, product and service, and price indication of product and service of the business owner. The research method is interview in details with alien five labors and ten business entrepreneur who are the main information source of this research as well as monitor behavior and incident occurred in the community.

Study result is found that 1) characteristic of product and service consumption of alien labor are different from those of Thai because they live temporarily and their culture are different from Thai people. 2) For employment adjustment of alien labor, business owner hire more alien labor because Thai labors are not enough and the alien labor hiring is more legal. 3) For communication with alien labor, the conversation is easy to understand and the tone is soft to build relationship and friendship with them and to be able to monitor behavior of Alien labor 4) For product and service adjustment, they focus on utility more than quality so the marketing should target specially on the need of alien labor group. 5) For product and service price indication adjustment, the promotion should be done by the price reducing campaign and indicate price in the level that the alien labor can afford.

Keywords: Entrepreneurship of Small and Medium Enterprises (SMEs), Alien labor, Adaptive of entrepreneurship, Product and service consumption

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกปัจจุบันประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยทำให้ต้องปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกจึงนำมาสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ที่เน้นการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สร้างสรรคคุณค่าให้แก่องค์กรการสูงสุด เป็นทรัพยากรมูลค่าเพิ่มไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใดก็ตามแต่ทรัพยากรที่แต่ละองค์กรต้องการก็คือ “คน” เนื่องจากความรู้ทักษะและความสามารถมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรและความสามารถในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (ชมสุภักดิ์ ครุฑกะ, 2554) นโยบายประชาคมอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) มีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก รวมถึงการคมนาคมที่เสรีขึ้น ทำให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องปรับตัวมากขึ้น โดยเฉพาะด้านสังคมและวัฒนธรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2556) ปัจจุบันมีต่างด้าวเข้ามาทำงานในประเทศไทยจำนวนมาก ส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา เข้ามาทำงานมีทั้งชั่วคราวและถาวร การดำรงชีวิตของแรงงานต่างด้าวจำเป็นต้องพึ่งพาภาคธุรกิจเพื่อทำงานแลกรายได้ และภาคธุรกิจก็จำเป็นต้องพึ่งพา

แรงงานต่างด้าว เพื่อแลกการขับเคลื่อนการผลิต โดยเน้นจ้างงานกับแรงงานต่างด้าว นอกเหนือจากการจ้างงานที่มีต้นทุนต่ำแล้ว ภาคธุรกิจยังจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวในการอุปโภคและบริโภคสินค้า รวมถึงการใช้บริการต่างๆ ด้วย โดยเฉพาะธุรกิจประเภท SMEs ที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาค การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ภาคธุรกิจและภาคแรงงานต่างต้องปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการอยู่รอด โดยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กระแสตลาด และการแข่งขันของโลก การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง การรุกรานของผู้ประกอบการรายใหญ่ และการเติบโตของแรงงานที่ต้องใช้ความรู้เป็นฐานในการทำงาน (ฉันทส เพียรธรรม และ วันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์, 2555) ซึ่งทำให้องค์กรธุรกิจทุกประเภทต้องปรับเปลี่ยนการประกอบธุรกิจอย่างมาก ทั้งในเรื่องการตอบสนองและการปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้า การจัดองค์กร การลดขนาดขององค์กรในขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การใส่ใจเรื่องทรัพยากรในฐานะสินทรัพย์ที่สำคัญขององค์กร การบริหารงานอย่างไม่มีขอบเขตจำกัด การปลูกฝังค่านิยม การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ถูกต้อง และการทำงานร่วมกันเป็นทีม เป็นต้นนอกจากนี้กระแสแรงกดดันของปัจจัยดังกล่าว ยังนำมาสู่สถานการณ์ของการทำธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนเพิ่มมากขึ้น เพราะการแข่งขันทางธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคก็ต่างมีทางเลือกเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้นด้วย

“แรงงานข้ามชาติ” หรือ ที่เรียกตามภาษาราชการว่า “แรงงานต่างด้าว” (คนต่างด้าว หมายถึง บุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีสัญชาติไทย) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายแรงงานจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง โดยมีลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมอีกสังคม หรืออีกวัฒนธรรมหนึ่งผ่านการจ้างแรงงาน ซึ่งการเคลื่อนย้ายลักษณะดังกล่าวนี้เกิดขึ้นในแทบทุกภูมิภาคของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่การคมนาคมและการสื่อสารไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของมนุษย์ดังเช่นอดีต ผสมรวมกับปัจจัยทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น (ปณัฏฐา ภาครูป และ ศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร, 2555) จังหวัดที่มีแรงงานต่างด้าวคงเหลือ 5 อันดับแรก จำแนกตามลักษณะการเข้าเมือง รายจังหวัด พบว่า กรุงเทพมหานคร มีจำนวนแรงงานต่างด้าวมากที่สุด รองลงได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากข้อมูลดังกล่าว จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการใช้แรงงานต่างด้าวมากจังหวัดหนึ่ง (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2556)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม เนื่องจากอยู่ในเขตปริมณฑลกรุงเทพมหานคร มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและรวดเร็ว ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมต่อการลงทุน จึงมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจให้ความสนใจลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดสมุทรสาครเป็นจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสมุทรสาคร, 2556) และยังมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้ทั่วถึงและใกล้ชิด การดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ต้องการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิตและการค้าที่มีความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการ มุ่งคุณภาพมากกว่ามุ่งปริมาณ

พรพิมล กาบบัว (2549) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ การประสมที่เข้ากันได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบของเครื่องมือทั้ง 4 ประการโดยสังเขปดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าบริการแนวความคิด ที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้

2) การกำหนดราคา หมายถึง การกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน หรืออย่างอื่นที่ได้รับการยอมรับทั้งสองฝ่ายคือ ฝ่ายผู้ซื้อกับฝ่ายผู้ขาย การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ต้องกำหนดไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกิจการ และศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนของตลาด

3) การจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งกิจกรรมนั้นจะผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการในแต่ละแห่ง

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อสร้างความเชื่อ ทศนคติ แจ่มข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์

5) พนักงาน หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของกิจการโดยเริ่มตั้งแต่ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของบริษัทจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก ธุรกิจจึงต้องมีการให้การพัฒนาและฝึกอบรมให้มีบุคลิกภาพที่ดี

6) กระบวนการ หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้ตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้สำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ในสำนักงาน ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบเหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของกิจการจากสิ่งเหล่านี้

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ผู้วิจัยสามารถนำแนวข้อมูลที่ได้ศึกษาไปสร้างเป็นประเด็นคำถามกับผู้ประกอบการ ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างได้ ดังนี้

1. การปรับตัวด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว ซึ่งเป็นการประยุกต์จากส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องพนักงาน คือ การปรับเปลี่ยนการคัดเลือกแรงงานต่างด้าวให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เมื่อรับเข้ามาแล้วสามารถจะทำงานร่วมกันไปได้ยาวนาน เพื่อให้ได้แรงงานที่มีความสามารถมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

2. การปรับตัวด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องการส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นการปรับเปลี่ยน

กระบวนการที่สารถูกส่งจากผู้ประกอบการไปยังแรงงานต่างด้าว โดยการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และความรู้สึก ในรูปแบบของสัญลักษณ์ รูปภาพ และภาษา โดยผ่านสื่อหรือช่องทางการ

3. การปรับตัวสินค้าและการให้บริการ ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องผลิตภัณฑ์ การปรับเปลี่ยนการจัดจำหน่าย และกระบวนการ คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้ สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานต่างด้าว ภายใต้ปัจจัยที่แรงงานต่างด้ามีความพึงพอใจสูงสุด

4. การปรับตัวด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการประยุกต์จากทฤษฎีส่วนประสม ทางการตลาดในเรื่องการกำหนดราคา คือ การปรับเปลี่ยนการตราราคาสินค้าหรือบริการออกมาในรูปจำนวนเงินเพื่อ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนกับแรงงานต่างด้าวอย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว ที่เกี่ยวข้องกับ การประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการ จ้างงานแรงงานต่างด้าว ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว ด้านสินค้าและการให้บริการ และด้าน การกำหนดราคาสินค้าและบริการ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของ แรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร กำหนดการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแรงงานต่างด้าวจำนวน 5 คน และ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 10 คน

วิธีการดำเนินการวิจัย

- สำหรับการศึกษาการดำเนินงานวิจัยมีรายละเอียดดังนี้
1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 2. ศึกษาเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม
 3. ร่างแบบสัมภาษณ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย
 4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการสังเกต
 5. นำข้อมูลที่ได้มาทั้งข้อมูลจากเอกสาร ผลงานวิจัย ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลภาคสนามมา วิเคราะห์และประมวลผล ตามประเด็นหัวข้อที่ได้วางไว้
 6. นำข้อมูลที่ประมวลผลมาเรียบเรียงเขียนรายงาน
 7. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อสร้างความได้เปรียบ ในการแข่งขัน

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครสามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า เชื้อสายมอญ แรงงานต่างด้าวมาทำงานใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากมีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก และมีค่าแรงมากกว่าประเทศของตน แรงงานต่างด้าวจึงมาทำงานสะสมเงินเพื่อนำกลับประเทศของตนเอง ส่งผลให้แรงงานต่างด้าวมีลักษณะไม่ฟุ่มเฟือย นิยมบริโภคสินค้าและบริการที่มีราคาถูก ในทางตรงกันข้าม แรงงานต่างด้าวมีลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับงานบุญ ประเพณี ที่มีราคาค่อนข้างแพงมีคุณภาพ เพราะแรงงานต่างด้าวมาทำงานในที่ห่างไกลครอบครัว และญาติพี่น้องของตน จึงมีวัดและศาสนา เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาอย่างผิดกฎหมายและมีลักษณะการหลีกเลี่ยงการจับกุมของเจ้าหน้าที่รัฐบาล จึงไม่นิยมออกมาดำเนินชีวิตในที่สาธารณะ และด้วยวัฒนธรรมการแต่งกายและวัฒนธรรมการกินแตกต่างจากคนไทย แรงงานต่างด้าวจึงนำสินค้าพื้นเมืองเข้ามาจำหน่ายภายในแหล่งที่พักอาศัยของตน เพื่อความสะดวก และตอบสนองความต้องการได้มากกว่าตลาดสินค้าและบริการของคนไทย

ลักษณะการทำงานของแรงงานต่างด้าว ส่วนใหญ่ดำเนินชีวิตอยู่กับการทำงาน จึงไม่มีเวลาออกไปซื้อสินค้าและบริการในสถานที่ ที่ไกลแหล่งที่พักของตน และจะมีเฉพาะแรงงานต่างด้าวถูกกฎหมายออกไปซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในปริมาณที่มาก เพื่อมาจำหน่ายต่อให้กับแรงงานต่างด้าวที่เดินทางเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมาย

2. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ค่าครองชีพสูงสินค้าและบริการมีราคาแพง รวมถึงการเกิดใหม่ของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนหลายแห่ง ทำให้แรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมที่มีความมั่นคงและให้ค่าแรงที่สูงกว่า ส่งผลให้ธุรกิจ ขาดแคลนแรงงานไทย

ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัวในการจ้างแรงงานต่างด้าวมากขึ้น โดยรับสมัครแรงงานกลุ่มต่างด้าว และพัฒนาแรงงานให้เชี่ยวชาญเพื่อสามารถทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ แต่ปัจจุบันแรงงานต่างด้าวเหลือจำนวนน้อยลง เนื่องจากเกิดการเคลื่อนย้ายเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เช่นเดียวกับแรงงานไทย และเกิดการทุจริต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายมีนโยบายเลิกจ้างแรงงานต่างด้าว ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำเป็นต้องปรับขนาดตลาดและขนาดธุรกิจให้มีขนาดเล็กลงเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการจ้างงาน

3. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าวใน

แรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวในการใช้ภาษาไทยได้อย่างรวดเร็ว และผู้ประกอบการไม่นิยมการทำป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าวเนื่องจากจะส่งผลให้ผู้บริโภคคนไทยไม่เข้าใช้บริการ และจะก่อให้เกิดแรงงานต่างด้าวมีการคาดหวังในการสื่อสารมากขึ้น และพบว่าธุรกิจที่มีการปรับตัวด้านภาษาจะมีแรงงานต่างด้าวมาใช้บริการมากกว่าธุรกิจที่ไม่มีการเปลี่ยนภาษา เนื่องจากแรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการกับคนที่พูดภาษาเดียวกัน จึงทำให้แรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มากขึ้น เนื่องจากมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าว

ผู้ประกอบการมีการปรับตัวด้านการสื่อสารกับแรงงานต่างด้าว โดยการสื่อสารด้วยบทสนทนาที่ง่ายต่อการเข้าใจและใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวลและอ่อนโยนเพื่อสร้างความอบอุ่นและแสดงความเป็นมิตร และเนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวด้านภาษาให้เข้ากับคนไทยได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นว่าแรงงานต่างด้าวเป็นคนที่มีความขยัน มีความดีนรณ หากแรงงานต่างด้าวไม่สามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้ แรงงานต่างด้าวจะสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษแทน รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของแรงงานต่างด้าว ในการซื้อและการแสดงท่าทาง

4. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของผู้ประกอบการ

ลักษณะการบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวมีลักษณะเฉพาะซึ่งสามารถแบ่งประเภทสินค้าได้เป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่มีตัวตนและสินค้าที่ไม่มีตัวตน

สินค้าที่มีตัวตนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิดคือ 1) สินค้าที่จำเป็นสินค้าที่แรงงานต่างด้าวจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินชีวิต ผู้ประกอบการมีการปรับตัวโดยการขยายแหล่งการให้บริการไปยังแหล่งที่พักอาศัยของแรงงานต่างด้าว และใช้กลยุทธ์การเจาะกลุ่มตลาด แรงงานต่างด้าวเน้นการใช้สินค้าที่มีคุณภาพที่ค่อนข้างมีราคาแพง 2) สินค้าทั่วไป เป็นสินค้าที่แรงงานต่างด้าวใช้บริโภคเป็นประจำในการดำเนินชีวิต ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในการวางจำหน่ายให้มีความโดดเด่น สร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภค และเสนอราคาต่ำให้กับแรงงาน เนื่องจากแรงงานต่างด้าวเน้นราคาถูกให้เหมาะสมกับการใช้งาน และ 3) สินค้าฟุ่มเฟือย เป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นสำหรับแรงงานต่างด้าวและไม่นิยมบริโภค ผู้ประกอบการมีการปรับตัวเน้นด้านการให้บริการเป็นหลักเพื่อให้แรงงานต่างด้าวเกิดความประทับใจ ความจงรักภักดีต่อกิจการ และกลับมาใช้บริการ

สินค้าที่ไม่มีตัวตนส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการจะไม่มีการปรับตัวเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีลักษณะการกำหนดราคาแบบตายตัว ไม่สามารถต่อรองได้ จึงเน้นการให้บริการเป็น

5. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

ปัจจุบันต้นทุนของสินค้าและบริการมีต้นทุนที่สูงขึ้น รวมถึงมีการเกิดใหม่ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้าทั่วไปมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง การปรับตัวด้านการตั้งราคาจึงเป็นไปอย่างยากลำบาก เนื่องจากการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า ผู้ประกอบการจึงมีการปรับตัวทั้งหมด 3 ทางคือ 1) การลดราคา มีการส่งเสริมการตลาดโดยลดราคาให้ต่ำกว่าราคาส่งเสริมการตลาดที่ห้างสรรพสินค้า 2) การกำหนดราคาโดยการส่งเสริมการตลาด เพื่อส่งเสริมให้แรงงานต่างด้าวซื้อสินค้าและ

บริการในปริมาณที่มาก 3) การปรับราคาสูงขึ้นตามคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องบุญ ประเพณี เพื่อให้เหมาะสมกับมูลค่าทางจิตใจ

การประกอบการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า กลุ่มแรงงานต่างด้าว ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการดีขึ้น

การอภิปรายผล

จากการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่มาจากประเทศพม่า เชื้อสายมอญ ลักษณะการบริโภคสินค้าโดยให้ความสำคัญกับการใช้งาน ไม่ฟุ่มเฟือย นิยมบริโภคสินค้าและบริการที่มีราคาถูก ในทางตรงกันข้าม แรงงานต่างด้าวมีลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับงานบุญ ประเพณี ที่มีราคาค่อนข้างแพงและมีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวด้านสินค้าตามโอกาส วันสำคัญต่างๆ สินค้าทั่วไปเน้นสินค้าที่มีราคาถูกโดยคำนึงถึงลักษณะการใช้สอยเป็นหลัก แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาอย่างผิดกฎหมายและมีลักษณะการหลีกเลี่ยงการจับกุมของเจ้าหน้าที่รัฐบาล เวลาออกมาซื้อสินค้าจึงนิยมซื้อในปริมาณมากๆ เพื่อสามารถนำไปใช้ได้นาน รวมถึงนำไปจำหน่ายต่อยังแรงงานต่างด้าวด้วยกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรส่งเสริมการขายด้วยการจำหน่ายในปริมาณมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงงานต่างด้าว และแรงงานต่างด้าวมีวัฒนธรรมการแต่งกายและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแตกต่างจากคนไทย แรงงานต่างด้าวจึงมีการนำเข้าและจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อมาจำหน่ายภายในแหล่งที่พักอาศัยของตน ผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวด้านสถานที่จำหน่ายให้เข้าถึงแหล่งที่อยู่อาศัยของแรงงานต่างด้าวเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการ โดยส่วนใหญ่แรงงานต่างด้าวมีความพึงพอใจกับสินค้าและการให้บริการของการประกอบการไทย เนื่องจากมีอัตราค่าจ้างดี และพูดไทยเพราะ

2. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

ด้านการจ้างงานแรงงานต่างด้าวผู้ประกอบการมีการปรับขนาดตลาดและขนาดธุรกิจให้มีขนาดเล็กลงเนื่องจากแรงงานต่างด้าวหายากมากขึ้น ส่วนใหญ่นิยมไปทำงานในโรงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความมั่นคง และมีค่าแรงสูง ดังนั้นค่าแรงงานจึงมีอิทธิพลต่อแรงงานต่างด้าว หากผู้ประกอบการมีการปรับค่าแรงให้เหมาะสมกับแรงงาน จะทำให้แรงงานมีกำลังใจในการทำงาน ไม่เกิดการลาออกจากงานและแรงงานมีเหลือเก็บส่งผลให้ธุรกิจมีบุคลากรที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจมีการเติบโตและมีบุคลากรเพียงพอที่จะขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น สามารถสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการ และเนื่องจากแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานเพื่อต้องการหาเงินค่าแรงจึงเป็นส่วนที่สำคัญในการเลือกงานของแรงงานต่างด้าว

ในอีก 2 ปี ข้างหน้า ประเทศไทยมีการเปิดประเทศอาเซียนอย่างเป็นทางการ และในอีก 9 ประเทศในกลุ่มอาเซียน รวมถึงประเทศพม่า ที่เป็นแรงงานหลักของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อาจประสบปัญหาด้านบุคลากรเนื่องจากการเดินทางเสรีขึ้น และประเทศพม่า กำลังมีโรงงานอุตสาหกรรมเปิดจำนวนหลายแห่งแรงงานต่างด้าวอาจเดินทางกลับประเทศของตน เพื่อกลับไปทำงานยังภูมิภาคเดิมของตนเอง ค่าแรง ค่าสินค้าและบริการในประเทศอาเซียนอาจมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้แรงงานกลับไปพัฒนาประเทศของตน อาจส่งผลให้ธุรกิจขาดแคลนแรงงานต่างด้าวซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญได้ ในอนาคต ทำให้ธุรกิจต้องปรับขนาดลดลงหรืออาจต้องปิดกิจการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการวางแผนด้านการจ้างงานในอนาคตล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการค้าการลงทุนธุรกิจ

3. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแรงงานต่างด้าว

เนื่องจากแรงงานต่างด้าว เป็นคนที่มีความขยัน มีความดีนร้อน จึงมีการปรับตัวในการใช้ภาษาไทยได้อย่างรวดเร็ว และจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจที่มีปรับตัวด้านการใช้ภาษาจะมีการกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างด้าวใช้บริการมากกว่าธุรกิจที่ไม่มีการปรับตัว แสดงให้เห็นว่าแรงงานต่างด้าวนิยมใช้บริการกับธุรกิจที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาเดียวกันแรงงานต่างด้าวได้ บางคนไม่สามารถสื่อสารเป็นภาษาไทยได้จะมีการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ อาศัยการชี้และการแสดงท่าทางแทน แต่การทำป้ายประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างด้าวจะส่งผลให้ผู้บริโภคคนไทยไม่เข้าใจบริการ การจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อช่วยด้านสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มต่างด้าวจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีการปรับตัวด้านการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าจะส่งผลให้มีลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าวเข้าใช้บริการมากขึ้น

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่อาเซียนจะมีการเปิดประเทศการค้าเสรี แรงงานต่างด้าวสามารถเปิดธุรกิจในประเทศไทยได้อย่างเสรี และมีข้อได้เปรียบมากกว่าคนไทยด้านภาษา เนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวการใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการไทยมีการปรับด้านการสื่อสารโดยการจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างเดียวไม่มีการปรับตัวด้านการใช้ภาษาต่างด้าวโดยเฉพาะภาษาพม่า ซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวหลักของอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในอนาคตจึงอาจมีการแข่งขันด้านการค้า การลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน และหากผู้ประกอบการไทยยังไม่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนทัศนคติด้านการใช้ภาษา อาจทำให้ผู้ประกอบการเป็นผู้เสียเปรียบได้ในอนาคต

4. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านสินค้าและการให้บริการของการประกอบการ

การบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวและการให้บริการของผู้ประกอบการ สามารถแบ่งแยกประเภทและชนิดของสินค้าและบริการได้เป็น 2 ประเภทนั่นคือ สินค้าที่มีตัวตนและสินค้าที่ไม่มีตัวตน ผู้ประกอบการมีการปรับสินค้าที่มีตัวตนให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของแรงงานต่างด้าว ในทางกลับกันสินค้าที่ไม่มีตัวตนจะมีมาตรฐานที่เป็นสากลทำให้ไม่มีการปรับตัวของสินค้า และพบว่าแรงงานต่างด้าวมีลักษณะการบริโภคสินค้าต่างจากคนไทย โดยสินค้าตามลักษณะการใช้งานของแรงงานต่างด้าวสามารถแบ่งเป็น สินค้า

จำเป็น สินค้าทั่วไป และสินค้าฟุ่มเฟือย พบว่าผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จำเป็นมีการปรับตัวมากที่สุด เนื่องจากแรงงานต่างด้าวมีลักษณะเฉพาะในการบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นสำหรับคนไทย อาทิ ผ้าสโล่ง และแป้งทานาคา ทำให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การเจาะตลาดโดยการเข้าไปจำหน่ายในแหล่งที่พักของแรงงานต่างด้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทั่วไปและสินค้าฟุ่มเฟือย ไม่มีการปรับตัวด้านสินค้า แต่เน้นการให้บริการและการเสนอราคาต่ำและเนื่องจากผู้ประกอบการต้องการสร้างการแข่งขันเพื่อครองตลาดลูกค้ากลุ่มแรงงานต่างด้าวในการเพิ่มยอดขาย แต่กิจการยังขาดการนำเสนอสินค้าและการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรศึกษาวัฒนธรรมของแรงงานต่างด้าวอย่างละเอียด และทำการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวโดยตรง

5. การปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ มีการปรับตัวที่ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ค่าครองชีพสูง ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าและบริการสูงขึ้น ลักษณะการบริโภคสินค้าของแรงงานต่างด้าวนิยมซื้อสินค้าในปริมาณที่มากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับแรงงานต่างด้าวที่ไม่มีเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเน้นการปรับลดราคาตามปริมาณการบริโภคของแรงงานเป็นหลัก จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการอ้างอิงการกำหนดราคาของสินค้าและบริการตามตลาดโลก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการกำหนดราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทย เมื่อมีการเปิดประเทศอาเซียนราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยจึงมีลักษณะสากล

ประโยชน์จากการวิจัย

ประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจและเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าว ซึ่งการปรับตัวเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและเพื่อความอยู่รอดนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสนใจกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ และเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องปรับให้การประกอบการมีความโดดเด่น สินค้าและการให้บริการที่เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อผู้บริโภค ซึ่งในครั้งนี้นำเสนอแนะแนวทางจากปัญหาการวิจัย ดังนี้

1. ผลการจากการศึกษา ชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีสภาพเศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง แรงงานต่างด้าวในชุมชนมีจำนวนมากและกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งจากการเปิดประเทศอาเซียนและการตั้งนครที่มีบุตรของแรงงานต่างด้าวภายในชุมชน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาอย่างถูกกฎหมายและผิดกฎหมายและควบคุมให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดตามมาภายหลัง

2. แรงงานต่างด้าวมีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากคนไทย แต่แรงงานต่างด้าวมีการปรับตัวเข้าหาภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยได้อย่างรวดเร็ว ในอีก 2 ปีข้างหน้า มีนโยบายเปิดประเทศอาเซียนการ

คมนาคมสะดวก มีการทำการค้าอย่างเสรี ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านของภาษามากขึ้น อาจทำให้คนไทยเสียเปรียบด้านการค้าในด้านภาษาและวัฒนธรรมได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรศึกษาภาษาต่างด้าวโดยเฉพาะภาษาพม่า เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. ควรส่งเสริมให้มีการจัดเวทีสัมมนาเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ของชุมชนที่มีแรงงานต่างด้าวอาศัยและทำงาน โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้มาบรรยายถึงแนวทางในการปรับตัวเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เชิญผู้ประกอบการประเภทต่างๆ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น ผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการค้าปลีก – ค้าส่ง และผู้ประกอบการบริการ

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาและปรับตัวเพื่อป้องกันปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งปัญหาการว่างงานและปัญหาด้านเศรษฐกิจ

5. ควรจัดตั้งกลุ่มการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าว เพื่อร่วมกับแบ่งปันปัญหาและร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

6. สถานประกอบการควรเปิดให้แรงงานต่างด้าวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนา และปรับในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการประกอบการไทยให้มีผลประกอบการที่ดีขึ้น

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การศึกษา ลักษณะการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้มีการนำแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษา และกำหนดรูปแบบการวิจัยในเชิงคุณภาพ ในบริบททางการตลาด และการประกอบการในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นบริบทที่มีความสำคัญเกี่ยวกับการปรับตัวทางด้านการประกอบการที่มีความเกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งอาจได้ข้อมูลไม่หลากหลาย ดังนั้น ควรมีการศึกษาวิจัยโดยน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นทฤษฎีหรือแนวคิด ว่ามีการปรับตัวและมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร วิธีการแบบใดที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างความอยู่รอดได้

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงงานต่างด้าวที่อาศัยและทำงานอยู่ในเขตชุมชนและการประกอบการที่มีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจในเขตปริมณฑล ดังนั้น ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างชุมชนที่มีแรงงานต่างด้าวอาศัยและทำงานอยู่ ระหว่างชุมชนในเขตเมืองที่มีความเจริญกับชุมชนในชนบทว่าวิถีชีวิตของแรงงานต่างด้าวและปฏิสัมพันธ์กับคนไทยในชุมชนมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการปรับตัวของการประกอบการ ว่ามีกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อปรับตัวอย่างไร วิธีการแบบใดที่จะสามารถแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านภาษาและวัฒนธรรมที่รวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2556). “แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

(ภาคอุตสาหกรรม).” 1 มกราคม.

ฉันทส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). “การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการ

ขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่.” *การจัดการสิ่งแวดล้อม* 8, 1 (มกราคม – มิถุนายน): 42-43.

ชมสุภัค ครุฑทะ. (2554). “การศึกษาสมรรถนะสากลของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหงเพื่อเตรียมความ

พร้อมสู่ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน” *วิจัยรามคำแหง (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*

56, 2 (มกราคม – กันยายน): 63.

ปณัฏฐา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร. (2555). “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาด

เล็กในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต*

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรพิมล กาบบัว. (2549). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ . (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ซีร

ฟิล์มและโซเท็กซ์.

สำนักงานจัดหางานจังหวัดสมุทรสาคร. (2556). *ที่ตั้งชุมชนของแรงงานต่างด้าว*. เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม.

เข้าถึงได้จาก [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ozlqEEFisbAJ:115.31.137.49/sk/Activity.html+&cd=1&hl=th&ct=clnk&gl=th)

[cache:ozlqEEFisbAJ:115.31.137.49/sk/Activity.html+&cd=1&hl=th&ct=clnk&gl=th](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ozlqEEFisbAJ:115.31.137.49/sk/Activity.html+&cd=1&hl=th&ct=clnk&gl=th)

สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสมุทรสาคร. (2556). *ข้อมูลธุรกิจ*. เข้าถึงเมื่อ 25 มีนาคม.

เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/ewtadmin/ewt/dbdweb56/more_news.php?cid=36