

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แต่เดิมในสมัยโบราณ ผู้คนอาศัยอยู่กันอย่างเรียบง่าย รูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละชุมชนเป็นลักษณะของการพึ่งตนเอง ต่อมาเมื่อบ้านเมืองพัฒนามากขึ้น การดำรงชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไป มีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนจากแหล่งชุมชนหนึ่งกับอีกแหล่งชุมชนหนึ่ง ทำให้เกิดสถานที่ที่ถือเป็นแหล่งซื้อขายของชุมชนทั้งกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่เราเรียกว่า “ตลาด” ซึ่งเป็นรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่มีมาแต่ดั้งเดิมความสำคัญของตลาดไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลาง การใช้สอยเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเท่านั้นแต่ยังเป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนข่าวสารของคนในชุมชนนั้นๆ อีกด้วย ดังนั้นตลาดจึงเป็นสถานที่สำคัญที่ขาดเสียมิได้ โดยเฉพาะในชุมชนที่เป็นสังคมเมืองตลาดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในรูปแบบของตลาดน้ำและตลาดบก ตลาดประจำและตลาดไม่ประจำซึ่งจำหน่ายสินค้าเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้นในแต่ละวัน ซึ่งลักษณะดังกล่าว คือการพัฒนาการของ “ตลาดนัด” ในปัจจุบันนั่นเอง (กมลวรรณ ทองอร่าม. 2552 : 1)

ในปัจจุบันเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะซบเซา เนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น ราคาสินค้าต่างๆจึงสูงตามไปด้วยไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคส่งผลให้ค่าครองชีพของประชาชนสูงขึ้น และมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะใช้ในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าต่างๆในชีวิตประจำวัน ดังนั้นสินค้ามือสองจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายของประชาชนลงได้ เนื่องจากสินค้ามือสองเป็นสินค้าที่มีราคาถูก ถึงแม้ว่าสินค้าชนิดนั้นจะผ่านการใช้งานมาแล้วแต่ก็ยังมีสภาพที่ดี ทำให้ผู้ที่ต้องการสินค้าเหล่านั้นแต่มีรายได้ไม่เพียงพอหันมาบริโภคสินค้ามือสองแทน

การซื้อขายสินค้ามือสอง คือ การซื้อขายสินค้าที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว โดยสินค้านั้นยังอยู่ในสภาพที่ดีและได้นำสินค้านั้นมาเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคคนอื่นๆที่มีความพอใจและประสงค์จะซื้อเพื่อบริโภคต่อไป โดยมากเป็นสินค้าที่ยังคงสภาพอยู่ภายหลังการใช้ โดยปกติแล้วราคาสินค้านั้นมักจะมียุทธศาสตร์สูงมาก แต่เมื่อผ่านการใช้งานมาแล้วราคาก็จะถูกกลง ทำให้ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นแต่มีรายได้น้อยไม่พอสำหรับซื้อสินค้ามือ1 ก็สามารถซื้อสินค้ามือสองชนิดนั้นได้

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจำเป็นต้องใช้กระบวนการบริหารจัดการเพื่อให้ตลาดนัดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีระบบสาธารณูปโภค และการจราจรที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้มีผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นจำนวนมาก ทำให้มีเงินหมุนเวียนเป็นจำนวนมาก เป็นการทำให้เศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น ในปัจจุบันตลาดนัดเกิดขึ้นอย่างมากมาย ตามความต้องการของผู้บริโภค ด้วยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพการดำเนินชีวิตในสังคมเมือง รวมทั้งปัญหาการจราจร ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าจากตลาดนัดใกล้บ้าน หรือใกล้สถานที่ทำงานกันมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบาย มีสินค้าหลากหลายชนิดที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันและราคาหลากหลายตามคุณภาพของสินค้ามีให้เลือกหลากหลายรวมทั้งสินค้ามือสอง จึงทำให้ตลาดนัดเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเช่นกัน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี มีกำลังซื้อสูง จึงมีตลาดนัดหลายแห่ง และตลาดนัดที่อยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยาที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตลาดนัดโรงเหล้า และตลาดนัดแกรนด์เป็นต้น แต่จากภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ผู้คนใช้เงินในการจับจ่ายใช้สอยกันน้อยลง ดังนั้นตลาดนัดแต่ละแห่งจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว มีการบริหารจัดการ และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาปรับใช้ เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคเข้ามาในตลาดนัดมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การบริหารจัดการตลาดนัดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นข้อมูลสามารถทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้ามือสองสนใจที่จะกลับมาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของตลาดนัดให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัดต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
4. การบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลของนักผู้บริโภคสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไว้อย่างชัดเจน จึงใช้สูตรของ ดับบลิว จี คอชแรน (อกินันท์ จันตะนี. 2550 : 25 ; อ้างอิงจาก Cochran. 1953. **Sampling Techniques**. p. 47) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดนัดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภคในพระนครศรีอยุธยาโดยกำหนดตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่

- 2.1.1.1 เพศ
- 2.1.1.2 อายุ
- 2.1.1.3 สถานภาพสมรส
- 2.1.1.4 ระดับการศึกษา
- 2.1.1.5 อาชีพ
- 2.1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 พฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด ได้แก่

- 2.1.2.1 ประเภทของสินค้าที่มีมือสองซื้อจากตลาดนัด

2.1.2.2 ความถี่ในการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด

2.1.2.3 การเดินทางมาซื้อของที่ตลาดนัด

2.1.2.4 ช่วงเวลาที่ชอบมาซื้อของในตลาดนัด

2.1.2.5 เหตุผลที่มาซื้อสินค้ามือสองที่ตลาดนัด

2.1.2.6 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้ามือสองจากตลาดนัดแต่ละครั้ง

2.2 ตัวแปรตาม

2.2.1 การบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้แก่

2.2.1.1 ด้านการวางแผน

2.2.1.2 ด้านการจัดการองค์กร

2.2.1.3 ด้านการนำหรือการสั่งการ

2.2.1.4 ด้านการควบคุม

2.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ได้แก่

2.2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.2.2.2 ด้านราคา

2.2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.2.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

3. ขอบเขตด้านสถานที่การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตลาดนัดโรงเหล้า และตลาดนัดแกรนด์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ขอบเขตของเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ระหว่างเดือน กันยายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2556

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง

2. ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด

3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ขายสินค้าในตลาดนัดไปใช้ในการปรับแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการขายสินค้าให้ตรงกับ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคหมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคที่มาซื้อของที่ตลาดนัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศอายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรม อันเกิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัดเพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจได้แก่ พฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด คือ ประเภทของสินค้ามือสองที่ซื้อจากตลาดนัด ความถี่ในการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด การเดินทางมาซื้อของที่ตลาดนัด ช่วงเวลาที่ชอบมาซื้อของในตลาดนัด เหตุผลที่มาซื้อสินค้ามือสองที่ตลาดนัด และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้ามือสองจากตลาดนัดแต่ละครั้ง

การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

การบริหารจัดการตลาดนัดมือสองหมายถึง การแสดงออกทางความคิดความรู้สึกที่มีต่อการบริหารจัดการของผู้บริโภคที่มาซื้อของที่ตลาดนัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนการจัดการองค์การนำหรือการสั่งการ และการควบคุม

การวางแผนหมายถึงการวางแผนด้านวัน และเวลาในการปิด/เปิด ตลาดนัดอย่างชัดเจน การกำหนดระเบียบของร้านขายสินค้าการวางแผนด้านการจราจร/สถานที่จอดรถเป็นอย่างดีการวางแผนในการจัดการด้านความสะอาดและการวางแผนในการจัดการด้านความปลอดภัย

การจัดการองค์การหมายถึงการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลตลาดนัดพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอมีพนักงานจัดการด้านการจราจร และมีการจัดตลาดนัดออกเป็นสัดส่วน (Zone)

การนำหรือการสั่งการหมายถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดนัดอย่างชัดเจนมีป้ายบอกสถานที่/โซน ผู้ขายสินค้าปฏิบัติตามกฎของตลาดนัดอย่างดีมีการจูงใจให้ผู้ซื้อมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัด และเจ้าหน้าที่ของตลาดนัดเอาใจใส่ร้านค้า และผู้ซื้อสินค้าเป็นอย่างดี

การควบคุมหมายถึงการควบคุมสินค้าที่ขายโดยไม่เป็นสินค้าผิดกฎหมายไม่เป็นสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์การควบคุมร้านค้าไม่ให้มีการวางสินค้ายื่นออกมาที่ทางเดินการควบคุมร้านค้าไม่ให้เอาเปรียบลูกค้าและการควบคุมร้านค้าให้ปฏิบัติตามกฎที่วางไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภค หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการนำความคิดรวบยอดและความพึงพอใจมาประกอบกันเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้า ที่ตลาดนัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการตลาด และด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้าที่ขาย ในประเด็นต่าง ได้แก่ สินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมสินค้านี้เฉพาะในตลาดนัด สินค้ามีให้เลือกตามฤดูกาล และสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

ด้านราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ ในประเด็นต่าง ได้แก่ สินค้ามีป้ายบอกราคาราคาสินค้าชัดเจนสามารถต่อรองราคาราคาสินค้าได้ตามความเหมาะสมราคาราคาสินค้าในตลาดมีราคาต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ๆ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก

ด้านช่องทางการตลาด หมายถึง ช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดนัดอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการเดินทางตลาดนัดอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานสถานที่ในจัดตลาดนัดสวยงามสถานที่มีความสะอาดและสถานที่มีความปลอดภัย

ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการขายในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกวัน และเวลาจำหน่ายชัดเจนมีเครื่องกระจายเสียงในการโฆษณาผู้ซื้อมีความคุ้นเคยหรือรู้จักกับผู้ขายผู้ขายมีการแนะนำสินค้าที่ขาย และผู้ขายแนวทางในการลดราคาหรือแถมสินค้าตามความเหมาะสม