



ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคใน ตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก: จังหวัดพิษณุโลก

ผศ.ดร.ชำนาญ ทองเย็น
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 5, 2021, Revised November 4, 2021, Accepted December 1, 2021

บทคัดย่อ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก วิกฤตการณ์ “โควิด-19” กับมาตรการล็อกดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม และแคมเปญ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” สะท้อนให้เห็นถึงการปะทะกันระหว่างระบบสุขภาพปฐมภูมิแบบรัฐ (State-primary care) กับฐานคิดเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง (Self-care) โดยการดูแลสุขภาพในระดับปัจเจกนี้ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความตระหนักรู้ที่สมดุระหว่างการป้องกันโรคระบาดตามแบบรัฐ กับความสำคัญในการดูแลสุขภาพตนเอง เป็นการผสมผสานระหว่างพื้นที่ทางความคิด หรือ “จิตสำนึกใหม่” ตลาดนัดได้ปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตของคน

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ส่งผลกระทบต่อตลาดนัด ผู้ค้าออกมาสะท้อนปัญหาว่า เรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก ถือเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรเทาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด, พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค.

มจร



Marketing Factors Affecting Consumer Buying Behavior in Phitsanulok Night Bazaar Market: Phitsanulok Province

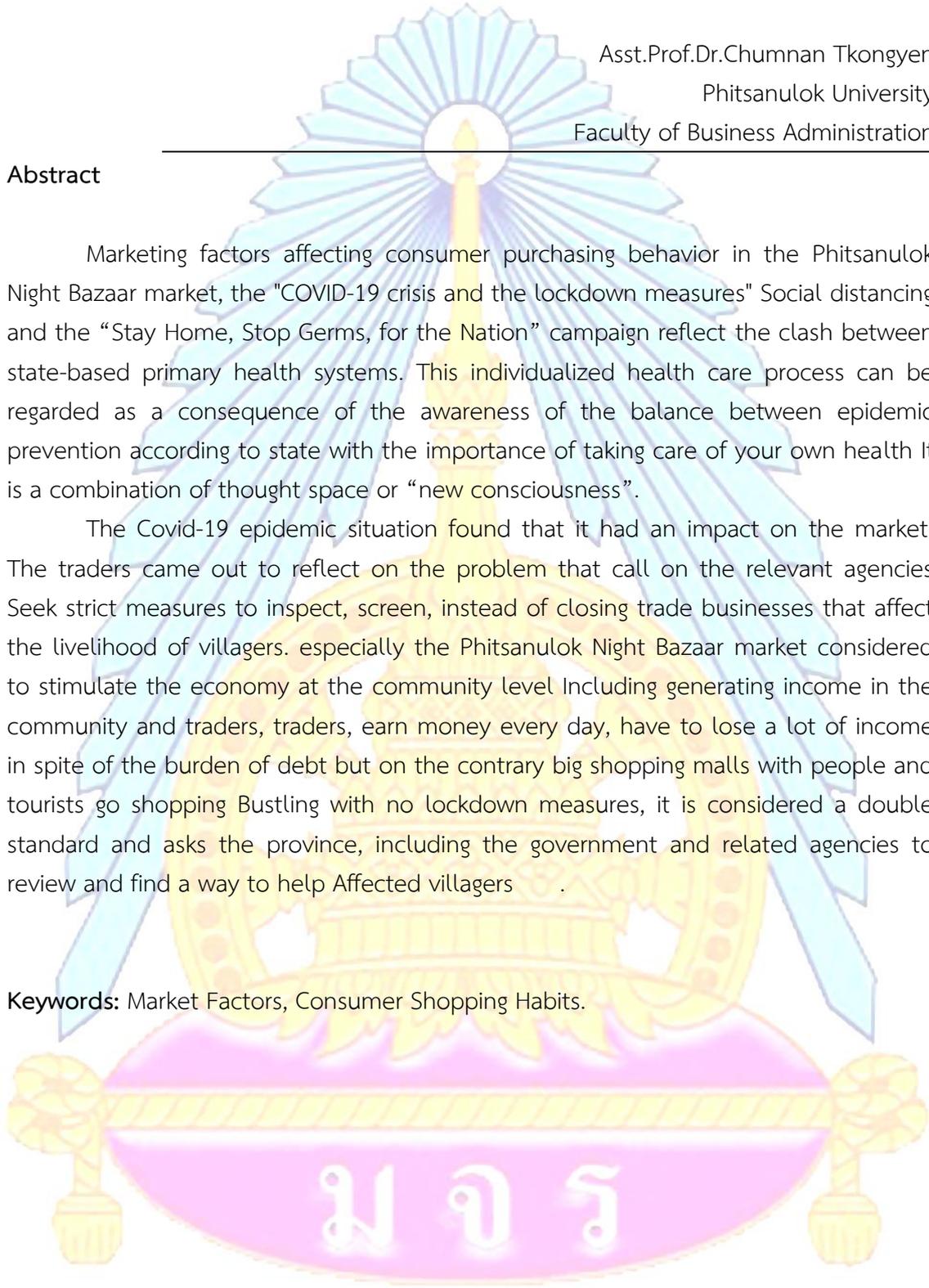
Asst.Prof.Dr.Chumnan Tkongyen
Phitsanulok University
Faculty of Business Administration

Abstract

Marketing factors affecting consumer purchasing behavior in the Phitsanulok Night Bazaar market, the "COVID-19 crisis and the lockdown measures" Social distancing and the "Stay Home, Stop Germs, for the Nation" campaign reflect the clash between state-based primary health systems. This individualized health care process can be regarded as a consequence of the awareness of the balance between epidemic prevention according to state with the importance of taking care of your own health It is a combination of thought space or "new consciousness".

The Covid-19 epidemic situation found that it had an impact on the market. The traders came out to reflect on the problem that call on the relevant agencies Seek strict measures to inspect, screen, instead of closing trade businesses that affect the livelihood of villagers. especially the Phitsanulok Night Bazaar market considered to stimulate the economy at the community level Including generating income in the community and traders, traders, earn money every day, have to lose a lot of income in spite of the burden of debt but on the contrary big shopping malls with people and tourists go shopping Bustling with no lockdown measures, it is considered a double standard and asks the province, including the government and related agencies to review and find a way to help Affected villagers .

Keywords: Market Factors, Consumer Shopping Habits.





บทนำ

ตลาดนัดสนามหลวงเปิดครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2491 ขณะที่จอมพล ป. พิบูลสงครามยังให้เปิดตลาดนัดขึ้นแทบทุกจังหวัด ปีต่อมาทางการต้องใช้พื้นที่สนามหลวงจึงย้ายตลาดนัดไปอยู่ในพระราชอุทยานสราญรมย์ ปรากฏว่าตลาดนัดยิ่งได้รับความนิยมสูงมาก ต่อมากระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเดิมทำการอยู่ที่พระราชวังสราญรมย์ ร้องเรียนกลั่นปลาเค็ม หอยดอง ปลาจ๋า ปลาเจ้า กะปิ น้ำปลา สารพัดกลั่นส่งไปถึงกระทรวง รวมถึงพันธุ์ไม้ก็เฉาตายไปมากเพราะการจัดการไม่ถูกสุขลักษณะ ราวน้ำร้อนบ้าง น้ำกวนเตี่ยวบ้าง น้ำล้างหม้อบ้าง ตลาดนัดอีกรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏขึ้นหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 คือ “เปิดท้ายขายของ” เป็นตลาดนัดที่นำสินค้ามือสองสภาพดีมาขายจนเป็นที่นิยม ใช้ท้ายรถเป็นร้านค้าวางสินค้า แต่ต่อมาก็ได้นำสินค้าใหม่มาขายด้วย และเลิกใช้ท้ายรถมาใช้แผงหรือราวแขวนอย่างเป็นทางการ ลักษณะ ตลาดนัดในช่วงหลังนี้ได้รับความนิยมและขยายจำนวนมากขึ้น ปรากฏตลาดนัดอยู่ทั่วทุกมุมเมือง โดยเฉพาะในย่านธุรกิจหรือใกล้สถานที่ราชการ เช่น ตลาดนัดข้างกระทรวงศึกษาธิการ ตลาดหลังสำนักงานการบินไทย ตลาดหลังตึกปตท. ตลาดซอยละลายทรัพย์ ตลาดข้างตึกเมืองไทยประกันชีวิต ฯลฯ ผู้ค้าอาจหมุนเวียนเปลี่ยนตลาดนัดไปเรื่อย ๆ อาจประจำอยู่ที่ตลาดนัดนี้แค่วันนี้ วันอื่นไปตลาดนัดที่อื่น ต่อมาก็ปรากฏรูปแบบของตลาดนัดแบบใหม่ คือการจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ เช่น อิมแพคเมืองทองธานี ไบเทคบางนา หรือศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อีกรูปแบบหนึ่งก็คือ “ถนนคนเดิน” หรือ Walking Street ที่ผสมผสานตลาดนัดเข้ากับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม เช่น งาน สามแพร่ง Facestreet หรืองาน Bangkok Design Week เป็นตลาดนัดศิลปะและวัฒนธรรม

ตลาดไนท์บาซาร์เทศบาลนครพิษณุโลกได้ก่อสร้าง และเปิดให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นแหล่งสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวสำหรับประชาชนตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน ตลาดนัดกลางคืน หรือที่เรียกอีกชื่อในกลุ่มสายซ้อปใน จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่บริเวณริมถนนติดลำน้ำน่านฝั่งตะวันออก เริ่มตั้งแต่ต้นสะพานเอกาทศรถ มีสินค้าหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นข้าวของเครื่องใช้ อาหาร บริการนวด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีประชาชนในระแวก และนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมมานั่งรับประทานอาหารพร้อมชมบรรยากาศริมแม่น้ำน้ำ ตลาดจะคึกคักประมาณช่วงเวลา 19.00 น. ถึง 23.00 น. อาหารของกินมีให้เลือกมากมาย หรือจะเดินซ้อปปิ้งก็ได้ บรรยากาศสบาย ๆ ไม่แออัดเกินไป

“ตลาด” มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น ตลาดน้ำ ตลาดบก ตลาดสด หาบเร่แผงลอย และโดยเฉพาะ “ตลาดนัด” ซึ่งอาจไม่แตกต่างกับตลาดทั่วไป แต่มีความพิเศษอยู่ที่การกำหนด “เวลา” ในการ “นัด” การซื้อขาย (ทรงสิริ วิชิรานนท์: 2556) ตามที่ราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของตลาดนัดไว้ว่า “ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่าง ๆ ซึ่งมีได้ตั้งอยู่ประจำ จัดให้มีขึ้นเฉพาะในวันหรือสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น” รูปแบบของตลาดนัดมีผู้อธิบายไว้ว่า “เหตุผลของการเกิดตลาดนัดเนื่องจากวิถีชีวิตของชาวไทยนั้นชอบอยู่กันเป็นหมู่คณะ และรักความสะดวกสบาย ไม่ชอบที่จะต้องเดินทางไปซื้อขาย แลกเปลี่ยนไกลบ้าน จึงทำให้เกิดกลุ่มคนที่นัดกันเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยจัดเป็นชุมนุมเพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งของหรือซื้อขาย ซึ่งต่อมาเรียกว่า ตลาดนัด” ตลาดนัดได้ปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตของคน ตามกาลสมัย ในปัจจุบันก็มีรูปแบบตลาดนัดออนไลน์ ซื้อขายสินค้ากันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก หรือเมื่อเร็ว ๆ นี้ ก็มีการสร้างกลุ่มในเฟซบุ๊ก เพื่อเสนอขายสินค้า



นานาชนิด ท่ามกลางวิกฤตการณ์ “โควิด-19” ที่ทำให้ตลาดนัดหยุดชะงัก แต่ตลาดนัดออนไลน์ได้ถือกำเนิดขึ้นมาแทน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค

ตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ จะช่วยให้ผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย(เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สวุฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู (2552 : 241) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554 : 90) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกร (2554 : 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ(Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

การแลกเปลี่ยนทรัพยากรของผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนเกิดจากนักธุรกิจต้องการจะขายสินค้าหรือบริการของตน ส่วนผู้บริโภคก็ต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อมาใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเอง การแลกเปลี่ยนของผู้บริโภคไม่ใช่ใช้เงินเพียงแต่อย่างเดียว แต่จะใช้เวลา ความรู้ความเข้าใจดังต่อไปนี้

เงินที่นำมาใช้จ่าย เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนี้ รวมถึงรายได้ ทรัพย์สินสมบัติ เครดิต ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภคด้วย ดังต่อไปนี้



1) ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภค เกิดจากความคาดหวังในรายได้อันมาจากความมั่นคงในอาชีพ

2) รายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ถ้ามีรายได้มากต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น และถ้ามีรายได้น้อย ผู้บริโภคต้องการเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น

3) ทรัพย์สินสมบัติ เกิดจากทรัพย์สิน หักด้วยหนี้สินทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นทรัพย์สินสมบัติสามารถนำไปใช้จ่ายในการแสวงหาดอกเบี้ย หรือใช้จ่ายไปกับเครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การบันเทิง การท่องเที่ยว การใช้จ่ายประเภทนี้จะมากกว่าบุคคลที่มีฐานะต่ำกว่า

4) เครดิต เป็นหลักฐานที่เชื่อถือได้ที่ใช้ทางการเงิน มักประกอบด้วยความเสี่ยงมีเกียรติยศ มีบุญบารมี มีตำแหน่งที่สูงศักดิ์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ สามารถนำมาใช้ในการซื้อหาสินค้า หรือบริการได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ เครดิตจึงมีต้นทุนที่จะต้องนำมาหักกับทรัพย์สิน

เวลา มีความสำคัญต่อการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเวลาส่วนใหญ่ของผู้บริโภคต้องไปใช้กับการทำงาน การเดินทาง ในครอบครัวปัจจุบันสมาชิกทั้งครอบครัวต้องออกไปทำงาน การมีเวลาใช้จ่ายใช้สอยก็ลดลงตามไปด้วย ถ้าพิจารณาเรื่องเวลาแล้ว สามารถวิเคราะห์ได้ว่าบุคคลต้องใช้เวลาไปกับการทำงาน การนอน การพักผ่อน เช่น การดูหนังฟังเพลง ท่องเที่ยว ฯลฯ การใช้ชีวิตนี้เรียกว่า การดำเนินชีวิตของมนุษย์ Life Style ปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคต้องทำงานมากขึ้น เวลาพักผ่อนจึงน้อยลง นักธุรกิจจึงหาโอกาสขายสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้นๆ ด้วยการปรับกลยุทธ์การให้ข่าวสาร หรือการโฆษณา ให้เป็นเสมือนการให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วยสินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการซื้อประกอบด้วย

1) ใช้เวลามากหรือใช้ตลอดเวลา กับการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อบริการเพื่อการพักผ่อนมากกว่า เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นกีฬา ท่องเที่ยว ฯลฯ มักเป็นไปตามความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

2) ใช้เวลาน้อยกับการซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มเวลาพักผ่อนของผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยการซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่ขายตามบ้าน ขายทางอินเทอร์เน็ต ขายทางจดหมายขาย หรือซื้อสินค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

ผู้บริหารตลาดปรับตัวสร้างแรงกระตุ้นชักจูงให้ผู้ตามกลุ่มมีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นให้ เกิดจากกิจกรรมหลายอย่างจากการซื้อ ดังนี้ โลกออนไลน์ หรือการจัดแสดงสินค้า หรือเพื่อนแนะนำให้ซื้อ และใช้สรรหาข้อมูลจากการเยี่ยมชมร้านค้าด้วยการพูดคุย หรือถกปัญหากับพนักงานขายในร้านค้า หรือพูดคุยในการตลาด หรือถกปัญหากับเพื่อน ๆ ประเมินทางเลือกโดยตอบปัญหาในหัวข้อต่อไปนี้คือซื้อสินค้าอะไร ที่ไหน เมื่อใด วิธีใด ใช้ตราอะไร สินค้าชนิดไหน จากผู้ขายรายใด และต้องจ่ายเงินอย่างไรตัดสินใจซื้อด้วยการตกลงในรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน สถานที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการปฏิบัติหลังการซื้อ ทดลองใช้สินค้า จัดการเกี่ยวกับที่เก็บรักษาสินค้า การบำรุงรักษา จัดการเตรียมซื้อในครั้งต่อไป อีกครั้ง

ปัจจัยทางการตลาด

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อ และขายสินค้าทั้งในรูปของวัตถุและบริการสำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนดโดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียง



ที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใดก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้นตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม (สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553) ประชากรมีส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของตลาด ดังนั้นนักการตลาดควรได้ศึกษาสภาพลักษณะทุกประการของการจัดการจัดจำหน่าย และองค์ประกอบของประชากร ในการวิเคราะห์การบริหารการตลาดควรพิจารณาถึงลักษณะที่สำคัญของประชากร เช่น ความต้องการท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งจะมีผลกระทบต่อส่วนองค์ประกอบของตลาดสำหรับสินค้าหรือบริการของเขาเป็นอันดับแรก ธุรกิจตลาดนัดเกิดขึ้นมากมาย บางรายก็ประสบความสำเร็จล้มเหลว คนซื้อหนาคนขายแน่น บางรายเปิดตลาดนัดได้ไม่นานก็ต้องปิดไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องศึกษา และหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการเพื่อป้องกันความผิดพลาดหรืออาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันในอนาคตและเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมี 2 ประเภท คือ

สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ คือ สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายในกิจการถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่กิจการสามารถควบคุมได้พัฒนาให้ดีขึ้นได้

สภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วย

- 1) โครงสร้างองค์การเป็นแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์การเพื่อใช้ในการแสดงขอบเขตอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกงานการจัดโครงสร้างองค์การที่เหมาะสมจะทำให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) การตลาดเป็นตัวเชื่อมระหว่างธุรกิจ และลูกค้ารวมไปจนถึงคู่แข่งชั้นดั่งนั้นกิจการจะต้องให้ความสนใจการตลาดในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาด
- 3) การเงินเป็นเรื่องของการจัดสรรเงินทุนเพื่อลงทุนในการทำธุรกิจโดยได้รับผลกำไรสูงสุดดั่งนั้นกิจการจะต้องมีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้มีสภาพคล่องทางการเงินและเพิ่มความแข็งแกร่งมั่นคงให้กับธุรกิจ
- 4) การวิจัย และพัฒนาเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนำเอาผลิตภัณฑ์เก่ามาปรับปรุงให้มีคุณภาพดีขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในวงการผลิตทำให้กิจการสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 5) การผลิต และการดำเนินงานเป็นการนำเอาวัตถุดิบมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าตามผลิตที่มีประสิทธิภาพรวมถึงการจัดตั้งโรงงานการจัดซื้อวัตถุดิบการควบคุมการผลิตและการคงเหลือเพื่อทำให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด
- 6) การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการจัดบุคคลให้เหมาะสมกับงานเพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายของธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบรรดาทรัพยากรทั้งหลาย “คน” ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดดั่งนั้นกิจการจึงควรให้ขวัญกำลังใจจัดสวัสดิการยกย่องชมเชยซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนางานทำให้กิจการเจริญเติบโตยิ่งขึ้น



ที่ดินเปล่า เป็นหนึ่งในอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยม ด้านการทำเงินแบบจับเสือมือเปล่ามานานแล้ว เพราะสินทรัพย์ที่สามารถเพิ่มค่าได้ดี ต้นทุนในการถือครองต่ำ เมื่อซื้อหรือถือครองไว้แล้วภาระและค่าใช้จ่ายในการดูแลและการบริหารจัดการจะมีน้อยมาก จนแทบเรียกว่าไม่มีเอาเลยก็ได้หนึ่งในการทำให้ที่ดินเปล่ามีประโยชน์ หรือมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ที่เทรนด์กำลังมา ก็คือ “การทำตลาดนัด-ตลาดสด” เพราะกำลังเป็นที่นิยมกันมาก เช่น ตลาดกลางคืน ตลาดไนท์ ตลาดรถไฟ ตลาดอินดี้ ฯลฯ ที่มีผู้คนให้ความสนใจมาก เพราะตลาดแบบลานโล่ง ใช้เงินลงทุนน้อยและมีความเสี่ยงต่ำ อีกทั้งทำง่ายและใช้งบลงทุนไม่มาก เนื่องจากไม่เน้นความหรูหรา แต่เน้นความสะดวก พื้นเทพูน ไฟสว่าง เพื่อป้องกันปัญหาวิงวราว สำหรับทำเลก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของเจ้าของ และผู้เดินตลาด เพราะอย่างไรเสีย หากมีตลาดเกิดขึ้น แม้แต่ทางที่ไม่มีทางเดินรถประจำทาง แต่ก็ไม่ควรห่างมากจนเกินไป เพราะจะเน้นความสะดวกสบาย เดินทางสะดวก และมีที่จอดรถรองรับ เมื่อถือเป็นชุมชนตลาดขึ้นมาแล้ว ผู้คนก็อาจจะให้ความสนใจจับจ่ายซื้อของกันมากก็เป็นได้ อาจจะไม่จำเป็นต้องอยู่ใจกลางเมือง

การลงทุนทำตลาดนัด การลงทุนมี 2 แบบหลักด้วยกัน คือ การลงทุนบนที่ดินเปล่าของตัวเอง หรือดำเนินการบนที่ดินของคนอื่น (เช่าที่ดิน)

- เริ่มต้นจากการสำรวจพื้นที่ที่เหมาะสม ดูทำเลที่เป็นลานดินที่สามารถพัฒนาได้หรือไม่ แล้วค่อยตกลงเจรจากับผู้ถือครองที่ดิน

- ตกลงกับผู้ถือครองที่ดิน เน้นทำธุรกิจร่วมและแบ่งผลตอบแทนจากการเช่าแผงค้าและส่วนอื่นร่วมกัน และต้องตกลงเรื่องค่าใช้จ่ายของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน เน้นมาข้อตกลงเรื่องนี้สำคัญมากที่สุดเพื่อป้องกันปัญหาที่ตามมา

- สำรวจพื้นที่ในการทำตลาดจะสามารถวางแผงได้ประมาณกี่แผง ซึ่งการทำแผงนั้นคือต้องวัดพื้นที่ทั้งหมดก่อน แล้วค่อยมาจัดวางผัง กำหนดรูปแบบสินค้าว่าควรอยู่ตรงไหนบ้าง แยกหมวดหมู่ให้ชัดเจน เช่น แผงค้าควรมีขนาด กว้าง 3 เมตร ยาว 3.50 เมตร และแบ่งช่องทางเดินให้ผู้มาจับจ่ายด้วย

- เมื่อจัดแผงค้าได้แล้ว ก็มาดูเรื่องของวันเวลาที่เปิดขาย ซึ่งการกำหนดวันเวลาที่เปิดขายนั้น จะดูจากชีวิตประจำวันของในท้องที่ และเคล็ดลับก็คือต้องมีกำหนดเปิดขายตามเวลานั้นๆเป็นประจำ เพื่อให้คนจำได้ เช่น วันศุกร์-อาทิตย์ ช่วงเย็น , วันจันทร์-อังคาร ช่วงเย็น , วันพุธ-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. หรือจะเปิดให้บริการตลอด 7 วัน แต่จะต้องมีสินค้าแตกต่างกันไปในแต่ละวันเพื่อสร้างความโดดเด่นของตลาด

- ประชาสัมพันธ์ แค่ว่าแผ่นพับ หรือขึ้นป้ายโฆษณาให้สะดุดตา รวมไปถึงการทำการตลาดแบบออนไลน์ เช่น การเปิดเพจประชาสัมพันธ์ตลาด การประชาสัมพันธ์ร้านเด็ดที่อยู่ในตลาด ซึ่งจะสอดคล้องกับเทรนด์การใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

ด้านเศรษฐกิจ (Economic) มีผลต่อธุรกิจทั้งทางตรง และทางอ้อมถ้าเศรษฐกิจดีผู้บริโภคมีเงินจับจ่ายใช้สอยสินค้าขายดีถ้าเศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยลงธุรกิจขายสินค้าได้น้อยลงขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนเพราะสถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่อ ผลให้ธุรกิจต้องขาดทุนหรือเลิกกิจการ ดังนั้นนักธุรกิจจึงต้องให้ความสนใจในเรื่องอัตราดอกเบี้ยอัตราเงินเฟ้อดัชนีตลาดหลักทรัพย์การลงทุนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อจะได้ปรับตัวเตรียมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะถึงแม้เศรษฐกิจจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้แต่สามารถคาดคะเนได้การเตรียมความพร้อมจะทำให้ความเสี่ยงน้อยลง การทำธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเพราะฉะนั้นกิจการจะต้องหาทางแก้ไขป้องกันไว้



ล่วงหน้าเพื่อมิให้เกิดความเสียหายจนกระทั่งไม่สามารถแก้ไขได้ดังนั้นในการเขียนแผนธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการทำแผนสำรองหรือที่เรียกกันว่าแผนฉุกเฉินไว้

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทบตลาดนัด ตัวแทนผู้ค้า ออกมาสะท้อนปัญหาว่า ต้องการเรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก ถือเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรดาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่ มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ

มาตรการดังกล่าวที่เรียกร้อง และขอความร่วมมือให้ประชาชนหยุดอยู่บ้าน ซึ่งถูกทำให้เป็น “เรื่องที่พึงกระทำเพื่อช่วยชาติ” ได้ส่งผลให้เกิด ระยะห่างทางชนชั้น (Class distancing) โดยมาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตในระดับน้อยมากสำหรับกลุ่มชนชั้นกลาง หรือกลุ่มผู้มีรายได้ที่สามารถหยุดอยู่บ้านได้ และเมื่อพิจารณาลงลึกไปถึงระดับกิจกรรมการใช้ชีวิตระหว่างการกักตัวตาม มาตรการดังกล่าวแล้ว จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นลักษณะกิจกรรมสันทนาการ เพื่อความสนุก เพื่อความบันเทิง หรือเป็นการทำงานที่บ้านโดยใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งล้วนแล้วแต่สะท้อนถึงรสนิยมของชนชั้นกลางตามฐานคิดแบบลัทธิบริโภคนิยม (Consumerism)

มาตรการดังกล่าวนั้นก็กลับทำให้กลุ่มชนชั้นล่าง กลุ่มคนจน หรือกลุ่มคนหาเช้ากินค่ำต้อง ประสบการปัญหาการดำเนินชีวิตอย่างหนักมากกว่าคนในฐานะอื่นๆ ที่เป็นผลมาจาก “การไม่ถูกนับรวม” (Exclusion) ให้อยู่มาตรการดังกล่าว หรือพูดอีกทางหนึ่งได้ว่า “ความเหลื่อมล้ำ” ทั้งในทางเศรษฐกิจ และในเชิงการเมืองมีส่วนร่วมในตัวเอง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนยากจนต้องดิ้นรนในช่วงเวลาที่ไวรัสระบาดอย่างหนัก ทั้งจากปัญหาด้านการเข้าถึงระบบสาธารณสุข และด้านปากท้องที่ต้องหาหนทางดิ้นรน เพื่อประทังชีวิตอยู่ต่อไปในช่วงเวลาที่ยากลำบากเช่นนี้ หลากหลายอาชีพที่ไม่สามารถหยุดทำงานเพื่ออยู่บ้านได้ รวมถึงกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับผลกระทบ ต้องขาดรายได้จาก มาตรการปิดเมือง ปิดห้างร้าน หรือสถานประกอบการจำนวนมาก ตลอดจนต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะกลายเป็นผู้ติดเชื้อโรคโควิด-19 เพราะต้องออกไปทำมาหากินในทุกๆ วัน ตลอดจนยังต้องเสี่ยงที่จะต้องได้รับค่าตอบแทนในฐานะของคนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และบรรทัดฐานใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นและกลายเป็นกลุ่มผู้มีสถานะรองในที่สุด

สรุป

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก วิฤตการณ์ “โควิด-19 กับมาตรการล็อกดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม และแคมเปญ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” สะท้อนให้เห็นถึงการปะทะกันระหว่างระบบสุขภาพปฐมภูมิแบบรัฐ (State-primary care) กับฐานคิดเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง (Self-care) โดยการดูแลสุขภาพในระดับปัจเจกนี้ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความตระหนักรู้ที่สมดุลระหว่างการป้องกันโรคระบาดตามแบบรัฐ กับความสำคัญในการดูแลสุขภาพตนเอง เป็นการผสมผสานระหว่างพื้นที่ทางความคิด หรือ “จิตสำนึกใหม่” เข้ากับกลไกเชิงอำนาจของรัฐ โดยกลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์



บาศาจารย์พิชญ์โลก ได้เรียนรู้ และตระหนักถึงอำนาจของตนเอง ผ่านความสำคัญของการดูแลสุขภาพของตัวเอง เพื่อให้เพื่อบรรลุเป้าหมายใหม่ในชีวิตในฐานะของการเป็นกลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก ที่ต้องการขายของ เพื่อหารายได้ ซึ่งภาวะการเจ็บป่วยจะเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้พวกเขาไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตได้ วิธีคิด และจิตสำนึกใหม่นี้ ทำให้กลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของตนเอง ซึ่งการดูแลตนเองเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่บุคคลริเริ่ม และกระทำเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองในการดำรงชีวิต บนพื้นฐานของความต้องการมีสุขภาพแข็งแรง และมีความเป็นอยู่ที่ดี และเมื่อมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ก็สามารถขายของได้ และเมื่อขายของได้ ก็จะทำให้มีรายได้ เพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้ต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็ถือว่าเป็นการต่อรองเพื่ออยู่ร่วมกับอำนาจของรัฐได้อย่างแยบยลอีกในลักษณะหนึ่ง

การดำเนินชีวิตในสังคมในปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคต้องทำงานมากขึ้น เวลาพักผ่อนจึงน้อยลง นักธุรกิจจึงหาโอกาสขายสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้นๆ ด้วยการปรับกลยุทธ์การให้ข่าวสาร หรือการโฆษณา ให้เป็นเสมือนการให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วย สินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการซื้อประกอบด้วย สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทบตลาดนัด ตัวแทนผู้ค้าออกมาสะท้อนปัญหาว่า ต้องการเรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบคัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรเทาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบการสร้างรายได้ในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กัลป์ยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2551.

ชูชัย สมितिไกร. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

นภวรรณ คณานุรักษ์, พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซี วี แอลการพิมพ์ จำกัด, 2556.

ทรงสิริ วิชิรานนท์. พัฒนาการตลาดนัด. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร. ปีที่ 7 : ฉบับที่ 1. (มีนาคม, 2556)

ธนกฤต วันตะเมธ. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. 2554. [ออนไลน์].

<https://doctemple.wordpress.com>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2552.

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์, และภาวนา สวนพลู. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค. 2552. [ออนไลน์]. <https://doctemple.wordpress.com>.