



รูปแบบและกลยุทธการประกอบการ ตลาดนัดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

โดย

นายณรงค์ศักดิ์ ปิ่นเกล้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบและกลยุทธการประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

โดย
นายณรงค์ศักดิ์ ปิ่นเกล้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FORMAT AND ENTREPRENEURSHIP STRATEGY OF KUNAWAN MOBILE
MARKET, KHUMPHAENGSAK DISTRICT, NAKHONPATHOM PROVINCE.**

**By
Narongsak Pinklao**

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Program of Entrepreneurship
Graduate School
SILPAKORN UNIVERSITY
2009**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์
การประกอบการตลาดนัดคุณภาพวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม” เสนอโดย นายณรงค์ศักดิ์
ปิ่นเกล้า เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประกอบการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)
...../...../.....

51602751 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : รูปแบบตลาดนัด / กลยุทธ์การประกอบการตลาดนัด

ณรงค์ศักดิ์ ปิ่นเกล้า : รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม.อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์.
79 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการประกอบการตลาดนัด
คุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีกรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาธุรกิจตลาดนัดชุมชน
ให้ยั่งยืน ค้นหาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการประกอบการและแนวทางแก้ไขปัญหา
การศึกษานี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึกโดยการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการตลาดนัดคุณาวรรณ
และผู้เกี่ยวข้องที่ใช้บริการในตลาด จากความน่าสนใจที่ตลาดคุณาวรรณเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ มี
ร้านค้าในตลาดมากกว่า 1,000 ร้านค้า พื้นที่โดยรวมถึง 37 ไร่ มีอาคารถาวรลักษณะของตลาด
สมบูรณ์แบบ 4 อาคาร นอกจากวิธีการสัมภาษณ์แล้ว ได้ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรม
ของการปฏิบัติงานจริงในตลาดคุณาวรรณ และการสำรวจพื้นที่ชุมชนใกล้เคียง

จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของตลาดคุณาวรรณ จัดเป็นตลาดบก ให้บริการแบบ
ตลาดนัดสัปดาห์ละ 3 วัน ทำเลที่ตั้งของตลาด อยู่ในเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สถานที่จอดรถ
มีเพียงพอ คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับราคา มีความหลากหลายของสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวก
พื้นฐานมีเพียงพอ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ ตลาดนัดมีขนาด
ของพื้นที่กว้างใหญ่ มีพ่อค้าหรือแม่ค้ารวมถึงสินค้าหลากหลาย จำต้องสินค้าต่อรองราคาสินค้ากัน
ได้โดยตรงในลักษณะของการค้าปลีก เจ้าของตลาดกำหนดแผนกลยุทธ์ บริหารจัดการด้วยตนเอง
หาข้อมูลปัญหาและการแก้ไขเพื่อการพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์หลักต้องการเป็นศูนย์รวม
ของการค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ทำให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานสอดคล้องกับการดำเนิน
ชีวิตของชุมชน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน มีกิจกรรมตอบแทนสังคมและ
ชุมชนที่อยู่โดยรอบ ผลของการประกอบการที่ได้คือนำอาชีพและรายได้เข้าสู่ผู้ประกอบการ ผู้
ค้าขาย ชุมชนโดยรอบตลาดมีงานทำ ผู้บริโภคได้รับบริการด้วยสินค้าทันสมัย ผู้ประกอบการ
นำส่งภาษีรายได้เข้าพัฒนาท้องถิ่น

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602751 : MAJOR : ENTERPRENEURSHIP

KEY WORDS : MOBILE MARKET FORMAT / MOBILE MARKET ENTREPRENEURSHIP STRATEGY

NARONGSAK PINKLAO :FORMAT AND ENTREPRENEURSHIP STRATEGY OF KUNAWAN MOBILE MARKET, KHUMPHAENGSAEN DISTRICT, NAKHONPATHOM PROVINCE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : PROF. Dr. PITAK SIRIWONG, Ph.D. 79 pp.

The objective of this research was to study Format and Entrepreneurship strategy of Kunawan mobile market, Khumphaengsaen district, Nakhonprathom province. The concept was to develop the market to be sustainable, to search the problems that occurred in operations and found the solutions. The method of this research was interviewing deeply the owner of Kunawan market and the related people in the marketplace. The highlight of the Kunawan mobile market was the large market with more than 1000 shops. The total areas were around 37 Rai. There were 4 permanent buildings which were the full concept of the market. We not only used the interview method, but we also used the observation in the actual work activities at Kunawan Market and explore the area nearby.

The result showed that the form of Kunawan market was on the land market serving 3 days per week. The location of the market was in a convenience transportation route. There were enough parking lots. The quality of goods was suitable for price. There were the varieties of goods, basic facilities, and security in life and property of users. The selling point was the size of market place, many sellers including variety of products. Bargain price was done directly on the nature of retail. The owner set the marketing strategy and management by themselves, found the problems and solutions to develop market continuously. The main strategy would like to be a center of the largest retailers in the region, and made the product quality standards consistent with the lifestyle of community, responded the consumer's needs and had a social activity to return the benefit to the society and surrounding community. The result was to bring career and income to the entrepreneur, the sellers, and people in the community have jobs. The consumers were served with the fashionable goods and leading tax revenue to develop the locality.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภนัทย์ หอมสุต เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตาม ตรวจสอบผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ คุณมานะ กาญจนแสนสัง คุณสุลธิ กาญจนแสนสัง เจ้าของและผู้บริหารตลาดใหม่คุณาวรรณ ตลาดคลองถมคุณาวรรณ ร้านมานะเก๊สซ์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่สละเวลาให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลรวมถึงเอกสารประกอบข้อมูลการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะทำงานในตลาดใหม่คุณาวรรณ พ่อค้า แม่ค้า ผู้มาใช้บริการตลาดใหม่คุณาวรรณทุกท่าน ที่ให้คำสัมภาษณ์ในแนวทางการทำวิจัย

สุดท้ายผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่าน มารดา ครอบครั้ว ขอขอบคุณเพื่อนที่ให้ความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจส่งเสริมในทุก ๆ ด้าน ขอขอบคุณคณะกรรมการบริษัท พรสิ่วดี วิศวกรรม จำกัด ที่อนุมัติสนับสนุนเงินทุนในการศึกษาแก่ผู้วิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญภาพ..... | ฅ |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์การศึกษา | 4 |
| ขอบเขตการวิจัย | 4 |
| ประโยชน์ที่ได้รับ | 4 |
| 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีก | 6 |
| แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการ | 8 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค | 13 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด และส่วนประสมการตลาด | 17 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ | 20 |
| ความเป็นมาและความหมายของคำว่าตลาดนัด | 24 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 28 |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 30 |
| พื้นที่ทำการศึกษา | 30 |
| ขั้นตอนการวิจัย | 31 |
| วิธีการวิจัย | 31 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 32 |
| แหล่งข้อมูลวิจัย | 33 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย | 34 |
| แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย | 34 |

| บทที่ | หน้า |
|--|------|
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 35 |
| ตอนที่ 1 ความเป็นมาของตลาดคุณาวรรณ | 35 |
| ตอนที่ 2 รูปแบบของตลาดคุณาวรรณ | 40 |
| ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดคุณาวรรณ | 47 |
| ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการตลาดคุณาวรรณ และแนวทางการ แก้ปัญหา..... | 48 |
| 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 51 |
| สรุปผลการวิจัย | 51 |
| อภิปรายผล | 54 |
| ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย..... | 55 |
| บรรณานุกรม..... | 57 |
| ภาคผนวก..... | 60 |
| ภาคผนวก ก. หนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยศิลปากร..... | 62 |
| ภาคผนวก ข. แนวคำถามสัมภาษณ์..... | 64 |
| ภาคผนวก ค. ประวัติจังหวัดนครปฐม และอำเภอกำแพงแสน..... | 67 |
| ภาคผนวก ง. ภาพถ่ายตลาดคุณาวรรณ..... | 71 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 79 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--|------|
| 1 | แสดงแผนผังแนวเขตที่ดิน จำนวน 37 ไร่ ที่ใช้ประกอบการตลาดคุณาวรรณ..... | 37 |
| 2 | แสดงแบบแปลนการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อการพาณิชย์ บริเวณตลาดคุณาวรรณ..... | 37 |
| 3 | หนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยศิลปากร..... | 63 |
| 4 | ภาพแผนที่จังหวัดนครปฐม..... | 69 |
| 5 | ภาพเจ้าของและผู้บริหารตลาดคุณาวรรณ คุณมานะ กาญจนแสนสัง | 72 |
| 6 | ภาพมุมสูงพื้นที่โดยรวมขนาด 37 ไร่ ตลาดคุณาวรรณ..... | 72 |
| 7 | ภาพป้ายประชาสัมพันธ์ตลาด..... | 73 |
| 8 | ภาพป้ายตลาด และสนามเด็กเล่น..... | 73 |
| 9 | ภาพบรรยากาศทั่วไป ของตลาดนัดคุณาวรรณ..... | 74 |
| 10 | ภาพสินค้าทั่วไป ของเก่าใช้แล้ว..... | 74 |
| 11 | ภาพสินค้าเครื่องมือเก่า..... | 75 |
| 12 | ภาพสินค้าหลากหลายที่นำมาจำหน่าย..... | 75 |
| 13 | ภาพการมีส่วนร่วมของชาวตลาด..... | 76 |
| 14 | ภาพทำบุญประจำปี..... | 76 |
| 15 | ภาพสถานที่จำหน่ายส่วนที่เป็นอาคารถาวร..... | 77 |
| 16 | ภาพแนวเส้นแบ่งร้านค้าแผงลอย | 77 |
| 17 | ภาพสร้างสนามเด็กเล่นเพื่อการพักผ่อนผู้ที่มาซื้อสินค้า..... | 78 |
| 18 | การจัดตั้งร้านของร้านค้า | 78 |
| 19 | ภาพสำนักงานของตลาดนัดคุณาวรรณ | 79 |

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 อุตสาหกรรมการเงิน และการบริการ ต้องล่มสลายปิดกิจการไป เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการในภาคธุรกิจการเงินที่ถูกปิดตัวลงในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง ทำให้แรงงานส่วนใหญ่ ต้องอพยพกลับสู่ภูมิลำเนาไปตั้งหลักยังถิ่นฐานเดิม กลับไปอาศัยอาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษในภาคเกษตรกรรม เหมือนที่เคยเป็นอยู่ในอดีต ก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องการประกอบอาชีพ ความเป็นอยู่ และค่าครองชีพอันส่งผลกระทบต่อเป็นลูกโซ่ในห่วงเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งทำให้ประชาชนขาดงาน ทำแล้วยังประสบกับปัญหาของราคาสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าสูงชัน จากภาวะของค่าเงินบาท ลอยตัว มีผลกระทบต่อสินค้านำเข้าที่มีผลโดยตรงต่อประชาชนนั้นคือราคาน้ำมัน ที่ทำให้การขนส่งต่างๆ ที่เป็นต้นทุนโดยตรงที่ทำให้สินค้าที่เกี่ยวข้องมีต้นทุนการผลิตเพิ่มตามขึ้นมา จากวิกฤตเศรษฐกิจที่ประเทศได้เผชิญนั้น นับเป็นปัญหาซับซ้อนจากความผิดพลาดที่ผ่านมาในแนวทางมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นหลักสำคัญ แต่ขาดการวางแผนรองรับปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (สุชาติ ธาดาธำรงเวช 2540 : 3-4)

ตลาดนัด เป็นแหล่งรวมผู้คนทั้งผู้ซื้อ ผู้ขายมืออาชีพ ที่มีอาชีพค้าขายเพียงอย่างเดียวและผู้ขายสมัครเล่นคือ ผู้ที่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว และนำสินค้าที่มีอยู่แล้วทั้งของเก่าของใหม่หรือของที่ผลิตขึ้นเองนำมาวางขายผู้ค้าประเภทหลังนี้ ส่วนมากเป็นชุมชนพื้นถิ่นใกล้กับสถานที่ขายหรือตลาดนัดใกล้บ้านนั่นเอง ในส่วนชื่อของตลาดนัดมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือสถานที่ของตลาดนัดว่าอยู่ใกล้ทางสัญจร หรือไม่ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สถานที่ จอดรถ ความสะอาด ความสะดวกสบายในการเข้าถึงตลาดนัด โดยทั่วไปมักอยู่ในชุมชน เช่น หน้าวัด ข้างโรงเรียนริมถนนสายหลักของชุมชน หรือที่หมายที่คนในชุมชนรับรู้ทั่วกัน เช่น สามแยกสี่แยก และสภาพสำคัญของตลาด คือเป็นแหล่งที่มีผู้คนจอแจ ตลาดนัดเคลื่อนที่เป็นธุรกิจค้าปลีกอีกแบบหนึ่งและได้ชื่อว่าเป็นตลาดที่ใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด (สุกัญญา วัฒนวัฒน์ 2541 : 17-18)

ธุรกิจล่มสลายในขณะที่เศรษฐกิจหดตัว ผู้ลงทุนขาดที่พึ่งพาเพื่อพยุงตัวให้ธุรกิจเกิดการอยู่รอด รัฐบาลขาดการสนับสนุนจากเอกชนรวมถึงการแก้ไขปัญหาและการหาทางออกที่ดีให้แก่ผู้ลงทุน สุดท้ายผู้ประกอบการธุรกิจจึงไม่สามารถระดมทุนให้ผ่านพ้นวิกฤติไปได้ ทำให้ต้องปิด

กิจการไปในที่สุด ผู้ประสบปัญหาวิกฤติจำต้องคืนรนาทางเอาตัวเองและครอบครัวให้อยู่รอดจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ภาวะวิกฤติทั้งสองครั้งนำมาซึ่งวิกฤติ และโอกาสของประชาชน เป็นโอกาสที่ได้อันิสงส์ของสถานการณ์การเลิกจ้างงานของภาคอุตสาหกรรม ภาคการเงินหรือส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจนทำให้พนักงานในองค์กรที่ถูกเลิกจ้างทั้งเต็มใจและไม่เต็มใจได้มีอาชีพใหม่ๆ ที่ค้นพบโดยสถานการณ์บังคับให้เป็นเจ้าของกิจการ มากมายหลายแบบ ทั้งเกษตรกร ช่าง การค้าขายรายย่อยบริเวณที่พัก ค้าขายรายย่อยชนิดเร่ขาย รวมถึงการเร่ขายของบรรดา พ่อค้า แม่ค้า ที่มารวมกันตาม วัน เวลา และสถานที่ ที่นัดหมายกันไว้ เรียกว่า “ตลาดนัด” จากการถดถอยของเศรษฐกิจไทย ส่งผลทำให้นักธุรกิจเกิดการรวมตัวเปิดตลาดสินค้าใหม่ ภายใต้ชื่อว่า “ตลาดนัด” ตลาดนัด จึงเป็นทางที่บรรดาพ่อค้ามาจัดรวมกันอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งที่อยู่ในใจกลางชุมชน มีความสะดวกด้านจราจรสินค้าทุกประเภททั้งปริมาณและคุณภาพดีนั้นควบคู่กันในระดับของราคาที่ตั้ง ซึ่งตลาดนัดดังกล่าว เป็นที่นิยมและแพร่หลายมากขึ้น จึงทำให้มีตลาดนัดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนเป็นที่รู้จักของประชาชนมากขึ้น (สุวินัย ภรณ์วิสัย 2542 : 9)

นักการเมืองผู้มีชื่อเสียงระดับนายกรัฐมนตรีของประเทศไทยท่านหนึ่ง คือนายสมักร สุนทรเวช ก็นิยมชมชอบในการทำอาหารลงมือด้วยตนเอง รวมถึงการจับจ่ายใช้สอย เลือกดูเปรียบเทียบสินค้าชนิดต่างๆ ในต่างตลาดกัน ตลาดแต่ละตลาดที่อยู่ใกล้เคียงกันขายสินค้าชนิดเดียวกันเทอออกมาจากถุงชนิดเดียวกัน แต่ราคาไม่เท่ากัน ราคาถูกกำหนดโดยผู้ขายและปิดราคาการขายโดยการต่อรองของผู้ซื้อ พื้นที่หรือตัวร้านค้าเองที่ใช้ในการขายสินค้าในตลาดก็มีผลต่อราคาของสินค้า เช่น สินค้าตัวเดียวกันในถุงแบบเดียวกันกับสินค้าที่กล่าวมาข้างต้น แต่นำมาขายด้วยวิธีเทกองกับพื้น โดยที่พื้นมีเพียงผ้าพลาสติกปูกันระหว่างตัวสินค้ากับพื้น มีราคาขายที่ถูกลงจากสินค้าที่วางอยู่บนแผงที่เรียบร้อยกว่า หรืออีกประการหนึ่งนำสินค้าที่ขายเป็นกิโลมาแยกขายปลีกย่อย ที่เหมาะสำหรับผู้ต้องการซื้อเพียงเล็กน้อย เช่น สองขีดหรือสามขีดก็สามารถขายได้ แต่มีราคาสูงกว่าในอัตราส่วนที่เทียบเท่ากับเมื่อซื้อครั้งละเต็มกิโลกรัมเป็นต้น (สมักร สุนทรเวช 2543 : 195)

ตลาดนัดไม่ได้มีแต่ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าที่มาใช้บริการ มีคนทุกระดับชนชั้นที่มีความหลงใหลกับการได้จับจ่ายใช้สอยสินค้าด้วยตนเอง การเลือกดูเดินชมสินค้าหลากหลายที่ไม่ได้มีการจัดหมวดหมู่ของสินค้าให้ถูกต้องตามหลักวิชาการมากนัก ดังปรากฏในคำเขียนบรรยายในหนังสือของหม่อมราชวงศ์ศึกฤทธิ์ ปราโมช อดีตนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ความตอนหนึ่งว่า ...เมื่อวันอาทิตย์ที่แล้ว ผู้เขียนมีเวลาแวะไปเที่ยวตลาดนัดวังสราญรมณ์ ตลาดนัดที่มีทุกเช้าวันอาทิตย์ นัยว่าเกิดขึ้นเพื่อลดค่าครองชีพของประชาชน ลดได้จริงแค่ไหนไม่ปรากฏ แต่ตลาดนัดนั้นได้ประโยชน์อย่างหนึ่ง คือ เป็นที่นัดพบของนักเลงต้นไม้ และต้นไม้ที่กำลังเล่นกันมาก ถึงกับลงทุนซื้อขายกันด้วยราคาแพง ก็คือกล้วยไม้ประเภทหวาย ทั้งลูกผสมและไม่ผสมชนิดต่างๆ คนไทยเรานั้นชอบเล่นอะไรกันเป็นพักๆ

ของเล่นที่อยู่ในความนิยมแต่ละคราว ก็มักมีราคาซื้อขายกันสูงสุดยอด ในชีวิตนี้และเห็นคนไทยเล่นอะไรๆ กัน มาหลายครั้งหลายหนแล้ว ขึ้นต้นด้วยดัลบี้ซีฟิ่ง กลิ้งด้วยงา เริ่มเล่นกันในพระราชสำนัก แล้วก็แผ่ขยายออกมาข้างนอกซื้อขายกันด้วยราคาแพงๆ ... (คึกฤทธิ์ ปราโมช 2548 : 11-12) แสดงให้เห็นได้ว่าตลาดนัดนั้นมีสินค้าที่ทันสมัยนิยมของชุมชนในพื้นที่นั้นๆ ด้วยการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกระดับไม่เลือกชนชั้นวรรณะ ความจนความรวย หรือสถานที่

สถานที่ทำตลาดนัดและผู้ดำเนินการ ต้องมีรองรับกับที่ตั้งร้านค้า ทางเดินสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สถานที่ที่สิ่งปลูกสร้างจากสินค้า ห้องน้ำ ห้องส้วม สำหรับผู้ค้าขายเองรวมถึง ผู้ซื้อบางส่วน ในปริมาณที่เหมาะสมกับจำนวนประชากรรวมของผู้ใช้บริการในช่วงเวลาสูงสุดที่เข้ามาใช้บริการ การประกอบการตลาดนัดอาจมิใช่เจ้าของตลาดเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมดหากเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากเข้ามาอยู่รวมกันในสถานที่เดียวกันต้องมีการบริหารจัดการ ทั้งการจัดระเบียบผู้ขายที่เข้ามาขายสินค้าในตลาดนัด ให้ตั้งร้านค้าอยู่ในระยะขอบเขตที่แบ่งกันไว้หรือศัพท์ที่คุ้นหูในการเรียกพื้นที่ขายตรงนี้ว่า “ล๊อค” หากตลาดนัดเปิดบริการในช่วงเวลาคาบเกี่ยวต่อเนื่องถึงเวลาพลบค่ำหรือเปิดขายในยามค่ำกินด้วยแล้วผู้ประกอบการ ตลาดนัดต้องมีการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ในด้านของระบบไฟฟ้าแสงสว่างให้กับบรรดาร้านค้ารวมถึงแสงสว่างทางเดิน ทางร่วม ทางแยกในการเข้าสู่ตลาด ในการนี้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากระบบไฟฟ้าที่อาจเกิดขึ้น การทำให้ตลาดมีผู้คนเดินกันคึกคัก ในการทำธุรกิจตลาดนัด ให้เกิดคำว่า “ตลาดดี” หมายถึงการที่มีผู้ค้า ผู้ซื้อ มารวมตัวกันเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากับเงินตราที่สมบูรณ์เกิดขึ้นด้วยประสิทธิภาพสูงสุด จึงจำเป็นต้องมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลมาทำหน้าที่นี้คือ “ผู้บริหารตลาดนัด”

ตลาดนัดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจค้นคว้าทำวิจัยศึกษาที่นี้ด้วยเหตุผลที่ว่าตลาดนัดคุณาวรรณ มีจำนวนร้านค้าและผู้ซื้อที่มากที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม จากการสัมภาษณ์ผู้เฒ่าขายสินค้าตามตลาดนัดหลายรายถึงความสนใจของตลาดที่นำสินค้าไปขาย ต่างตอบตรงกันเป็นส่วนมากถึงตลาดคุณาวรรณ โดยมีจำนวนร้านค้าทั้งใหญ่และเล็กรวมประมาณมากกว่าหนึ่งพันร้านค้า

ส่วนความน่าสนใจของตลาดนัดแห่งนี้ในความคิดของผู้วิจัยเองอีกประการหนึ่ง มุ่งไปในส่วนที่ตลาดนัดแห่งนี้มีอาคารที่เป็นอาคารถาวรก่อสร้างเป็นมาตรฐานมั่นคง ด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก มุงหลังคากันแดดกันฝนด้วยกระเบื้องลอนคู่ชนิดมาตรฐาน พื้นเทด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก จัดแบ่งส่วนทางเดินและบริเวณร้านค้าที่ก่ออิฐฉาบปูนแบ่งเป็นล๊อคที่ชัดเจน มีงานระบบไฟฟ้า สุขาภิบาล และสิ่งอำนวยความสะดวก เหมาะสมเป็นตลาดอยู่อย่างถูกต้องสมบูรณ์ ด้วยจำนวนอาคารถึง 4 อาคาร แต่ละอาคารมีพื้นที่โดยประมาณ 800 ตารางเมตร ที่กล่าวมาข้างต้นมีจุดน่าสนใจตรงที่ว่าผู้

ค้าขายกลับไม่นิยมขายสินค้าในอาคารที่มีอยู่ ทั้งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก กันแดดป้องกันฝนได้ดี กลับมีร้านค้าเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เลือกใช้บริการพื้นที่ในอาคาร แต่ในทางตรงกันข้ามกลับไปตั้งร้านค้าบริเวณโดยรอบตัวอาคารถาวร โดยการตั้งร้านค้าแผงลอย ปูพื้นวางผ้าใบกับพื้นคอนกรีต หรือแม้กระทั่งปูผ้าใบพื้นดิน ผู้คนต้องเดินเบียดเสียดกัน นั่งลงกับพื้นเลือกสินค้า ต่อรองสินค้า แต่ดูเหมือนว่า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างก็มีความยินดีในการแลกเปลี่ยนสินค้ากับเงินตราในลักษณะเช่นนี้

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ ในการศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ดังนี้

- 2.1 ศึกษาถึงรูปแบบของตลาดนัดคุณาวรรณ
- 2.2 ศึกษากลยุทธ์การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ
- 2.3 ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบการตลาดนัดและแนวทางการ

แก้ปัญหา

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้พื้นที่ในตลาดนัดคุณาวรรณ เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่แห่งหนึ่งมีขนาดร้านค้ามากกว่าหนึ่งพันร้านค้า อยู่ในเขตพื้นที่ ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

3.2 ขอบเขตด้านประชากร โดยการศึกษาให้ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของตลาดนัด เจ้าหน้าที่ตลาดนัด ผู้ค้า และลูกค้าที่มาใช้บริการตลาดนัดคุณาวรรณ

3.3 ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ทำการวิจัยโดยเริ่มจาก วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 จนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2553

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ได้ทราบถึงลักษณะรูปแบบกลยุทธ์การประกอบการตลาดนัด ที่มีการบริหารจัดการ รวมถึงกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล ตามเป้าหมาย และทิศทางที่วางไว้ไว้อย่างเป็นระบบ สำหรับผู้ที่มีแนวคิดดำเนินการประกอบธุรกิจตลาดนัด ทั้งในส่วนผู้ประกอบการ และผู้ค้า

4.2 เพื่อพัฒนาตลาดนัดให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ในรูปแบบของธุรกิจชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดการเกื้อหนุนกันในระบบธุรกิจชุมชน

4.3 เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงการแก้ปัญหาในการประกอบการ
ตลาดนัด

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการ ตลาดนัดคุณภาพรรณ ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็นข้อดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีก
2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด และส่วนประสมการตลาด
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ
6. ความเป็นมาและความหมายของคำว่าตลาดนัด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีก

วิวัฒนาการของธุรกิจการค้าปลีกธุรกิจการค้าปลีกเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับมนุษย์ได้เริ่มรู้จัก การจับจ่ายใช้สอยซึ่งได้มีการพัฒนามาจากการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน (Barter system) ในอดีตมนุษย์ยังไม่มีสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน จึงใช้สิ่งของหรืออาหารที่ตนมีแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหารของผู้อื่น ซึ่งมีความต้องการตรงกันและพึงพอใจ แลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่าย แต่ในบางครั้งความต้องการในการแลกเปลี่ยนอาจไม่ตรงกัน หรือ เกิดความไม่เป็นธรรมในการแลกเปลี่ยน มนุษย์จึงหาสิ่งที่ใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนคือเงินตรา เพื่อให้เกิดความยุติธรรมมากขึ้นถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการซื้อขาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2546 : 12) ในอดีตไม่มีร้านค้า เป็นหลักแหล่ง เป็นการนำสินค้าขึ้นบนพาหนะ เช่น เกวียน ม้า แล้วเร่ขายไปตามหมู่บ้านและได้มีการพัฒนาเป็นร้านค้าปลีกตามแหล่งชุมชน ในอดีตได้มีการแบ่งตลาดเป็น 1) ตลาดในเมือง ลักษณะเป็นตลาดใหญ่มีโรงค้าขายติดต่อกับชาวต่างประเทศ 2) ตลาดในชนบทที่มีคนชุมชนอยู่มาก ลักษณะตลาดจะมีชุมชนเล็กๆ มีร้านชำสำหรับซื้อของป่า และของบ้านตามชนบทไปขายให้กับร้านค้าใหญ่ๆ ในเมืองอีกทีหนึ่ง 3) ตลาดนัดลักษณะเป็นตลาดที่อยู่ตามตำบลต่างๆ เป็นส่วนมาก ตลาดชนิดนี้ไม่ได้ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอยู่ทุกวัน อาจจัดขึ้นในวันข้างขึ้น และข้างแรม หรือ

ลัปดาห์หนึ่งจัดให้มีหนึ่งครั้ง เช่น ตลาดนัดจตุจักรจากนั้นจึงได้มีการพัฒนาเป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่กับที่มีหลักแหล่งมากขึ้น แต่ไม่ใช่ร้านขนาดใหญ่ ไม่คงทนถาวร มีลักษณะเป็นเพิง หรือร้านแผงลอยทั่วไป ต่อมาได้พัฒนาให้มีความคงทนถาวรมากขึ้นเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็กจัดร้านแบบง่ายๆ มีสินค้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น การจัดร้านค้าจะคำนึงถึงความสะดวกมากกว่าความสวยงาม และคนขายของในร้านมักเป็นเจ้าของร้าน ธุรกิจค้าปลีกได้มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งจากธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กเป็นธุรกิจขนาดใหญ่มีเครือข่ายจากต่างประเทศและในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นธุรกิจค้าปลีกผ่านอินเทอร์เน็ต

ความหมายการค้าปลีก การค้าปลีก (Retailing) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ขายให้กับผู้บริโภค เพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2546 : 9) หรือเป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ในครัวเรือนหรือใช้ส่วนตัว โดยการจัดหาสินค้าในปริมาณมากและทยอยขายให้กับผู้บริโภคในปริมาณน้อย จากความหมายของการค้าปลีกสามารถสรุปลักษณะของการค้าปลีกได้เป็น 1) เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ 2) ลูกค้า คือผู้บริโภคหรือผู้บริโภคคนสุดท้ายซึ่งเป็นบุคคลหรือสถาบันที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อธุรกิจ 3) เป็นการธุรกิจขั้นสุดท้ายของช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเป็นตัวกลางระหว่าง โรงงานผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้าย 4) ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าในปริมาณมากและทยอยขายในปริมาณน้อยให้กับผู้บริโภค 5) ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจากในประเทศหรือต่างประเทศเพื่อนำมาขายต่อ 6) ผู้ค้าปลีกขายบริการควบคู่ไปกับการขายสินค้าด้วย เช่น ภัตตาคารขายอาหาร เครื่องดื่มและให้บริการ คือเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มด้วย 7) ผู้ค้าปลีกขายสินค้าให้กับผู้บริโภคที่แตกต่างกันมากมาย เนื่องจากแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน

คุณสมบัติของการค้าปลีก (Retail attributes) เป็นส่วนประกอบทั้งหมดของร้านค้าซึ่งผู้ค้าปลีกนำเสนอต่อลูกค้า ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 5 ประการคือ 1)ทำเลที่ตั้ง อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ทำเลที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีกเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า ร้านค้าจึงควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนและสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า 2) ขนาด ร้านค้ามีผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้า เช่น ลูกค้าคาดหวังว่าร้านค้าขนาดใหญ่จะมีสินค้าให้เลือกมากกว่าร้านค้าขนาดเล็ก ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดในการจัดหาสินค้าที่มีความหลากหลาย และมีการจัดเก็บสินค้าในปริมาณน้อย 3) การบริหารการเสนอขายสินค้า ผู้ค้าปลีกจะต้องคำนึงถึงส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความกว้างของสินค้า ความลึกของสินค้า 4) ราคา เป็นมูลค่าของสินค้าในรูปของเงินตรา การตั้งราคาสินค้าจะต้องยึดหลักคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า เช่นลูกค้าคาดหวังว่าจะซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตได้ในราคาถูก เป็นต้น 5) คุณภาพและบริการ ลูกค้ามัก

ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำ และการบริการที่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยที่ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าจากร้านค้าใด แต่อย่างไรก็ตามสินค้าคุณภาพดีและการให้บริการที่ดีจะทำให้ต้นทุนของสินค้าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ราคาสินค้าสูงตามไปด้วย ดังนั้นผู้ค้าปลีกจึงจำเป็นต้องพิจารณาทั้งด้านคุณภาพ การบริการและราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่จะมาซื้อสินค้าโดยยึดหลักว่าจะต้องสร้างคุณค่าการรับรู้ (Perceived value) ให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมกับราคาสินค้านั้น (ศิริวรรณ และคณะ 2546 : 9)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีกที่กล่าวมา ไม่ว่าจะในด้านของทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนที่เรียกว่าลูกค้าที่มาจับจ่ายใช้สอย จะมาจากบริเวณใกล้เคียงหรือบริเวณโดยรอบของตลาด เป็นช่องทางจำหน่ายชั้นสุดท้ายจากผู้ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง ราคาที่ถูกกำหนดตกลงกันต่อหน้าของผู้ซื้อและผู้ขาย ความหลากหลายของสินค้าทั้งของจริง ของปลอมปะปนกันอยู่ สรุปได้ว่าการประกอบการตลาดนัดเป็นการใช้ช่องทางการค้าปลีกในการดำเนินกิจการผู้ประกอบการต้องเข้าใจในความต้องการสินค้าอุปโภค บริโภคของชุมชนเพื่อการจัดร้านค้าและสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายในตลาดนัด

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการ

ในการดำเนินการที่มีการร่วมกันทำงานของบุคคล และเนื้องานที่มีความสลับซับซ้อนมากกว่าที่คนๆเดียวจะทำได้ มีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการในองค์กรหรือคณะทำงานสามารถมีข้อกำหนดแนวทางไปในทิศทางเดียวกัน รูปแบบแผนงานที่สอดคล้องกับจุดเป้าหมายที่ตั้งไว้ แนวทางการทำธุรกิจโดยเรียกส่วนนี้ว่าแผนกลยุทธ์การบริหาร และแผนกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ มีหัวข้อสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์การบริหารธุรกิจ ในกระแสโลกาภิวัตน์กลยุทธ์ในการทำแผนธุรกิจ กล่าวไว้ถึงแนวทางที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จำเป็นที่จะต้องมีการจัดทำแผนงานขึ้นมาก่อนที่จะลงมือปฏิบัติจริง แผนแรกที่ต้องคำนึงถึง สามารถแบ่งออกได้เป็นการบริหารได้ดังต่อไปนี้

1. การบริหารต้นทุน ซึ่งเป็นเรื่องของการบริหารแรงงาน การบริหารวัตถุดิบ การจัดการสมัยใหม่ การบริหารเทคโนโลยี

2. การบริหารอุปสงค์ (Demand management) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารตลาดนั่นเอง ตลาดในที่นี้มีทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ สิ่งที่ต้องรู้คือ การรู้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ซึ่งถ้ากำหนดก็มีรายได้ อายุของประชากร ถ้าประชากรมีอายุในวัยเด็ก วัยรุ่นมาก ก็จะมีพฤติกรรมอีกแบบหนึ่ง การเจาะตลาดก็อีกแบบหนึ่ง แต่ถ้านับวันประชากรเบนตัวเข้าหา

กลุ่มราษฎรอาวุโส อย่างที่เกิดขึ้นในหลายสังคม เช่นสังคมตะวันตก ญี่ปุ่น ก็ต้องรู้ว่าคนวัยนั้นนิยมบริโภคอะไร ระบบครอบครัวเป็นเชิงเดี่ยวหรือเชิงขยาย

3. การบริหารการเงิน (Financial Management) รวมทั้งการบริหารดอกเบี้ย บริหารอัตราแลกเปลี่ยน ก็เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึง

4. การบริหารนวัตกรรมใหม่ๆ เราต้องปรับใช้นวัตกรรมให้เหมาะสม มีนวัตกรรมที่ไม่ล้าหน้าเกินไปไม่ล้าหลังเกินไปการบริหารข่าวสารข้อมูล (Information Management) เพราะทุกวันนี้กิจกรรมต่างๆ มีแนวโน้มที่จะเป็นอุตสาหกรรมที่ยังฐานข้อมูลเพิ่มมากขึ้น เรื่องของข้อมูลมี 3 เรื่องที่จะต้องคำนึงถึงคือ ความเพียงพอของข้อมูล ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล และความทันกาลของข้อมูล

กลยุทธ์การประกอบธุรกิจ ต้องมีการปรับขนาดขององค์กรให้เหมาะสม ถ้าองค์กรใหญ่เกินไป การบริหารเพื่อลดขนาด (Dow sizing management) มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการให้บริหารภาคเศรษฐกิจจริง กับบริหารการเงินบรรจบเข้าหากัน เรื่องนี้อาจจำเป็นต้องทำ M&A หรือต้องควบรวม และครอบงำกิจการ (Merger & Acquisition) ไม่ว่าจะเป็นเรื่องในบริษัทในเครือ ระหว่างเครือ และระหว่างประเทศ ตอนนี้อการควบรวมกิจการ การรวมกิจการ เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง

ธุรกิจเองต้องมุ่งความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) ลดปรัชญาแบบ “ไม่จุ่มพินยันเรือรบ” ใช้วิธีการแบบเน้นความชำนาญเฉพาะอย่าง ทำให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารต้นทุน การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน คุ่มทุนได้เร็ว ถึงจุดคุ่มทุนเร็ว หมายถึงการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการเงิน ตั้งแต่เงินลงทุนที่มีอัตราแน่นอนตั้งแต่วางแผนเริ่มลงทุนครั้งแรกจนถึง รวมกับต้นทุนที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินกิจการ หรือต้นทุนผันแปร จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับวัสดุอุปกรณ์ที่นำมาทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์หรือตัวสินค้า ว่าให้เกิดจุดคุ่มทุนได้ในระยะเวลาเท่าใด (สมภพ มานะรังสรรค์ 2544 : 30 -32)

กลยุทธ์ที่มีความเป็นไปได้หลังจากที่ถูกกำหนดขึ้นมา จะจะเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นๆ จะเป็นผู้ให้คำตอบได้ดีที่สุด การประกอบการตลาดนัดก็ต้องกำหนดแผน รู้ความต้องการของชุมชน แหล่งที่มาของส่วนประสมทางการตลาดก็คือสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค การเลือกหาสถานที่ๆ ใกล้แหล่งคมนาคมที่สะดวก มีรถประจำทางวิ่งผ่าน สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบเช่น ที่จอดรถยนต์ รถจักรยาน ช่องทางเดินจับจ่ายใช้สอยต่างๆ เหล่านี้จะต้องนำมาเพื่อกำหนดแผนแนวทางในการประกอบการตลาดนัดเช่นกัน

ความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้มากมาย มีผู้รวบรวมไว้เพื่อง่ายแก่การค้นคว้า (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ 2550 : 84-95) ได้รวบรวมและ

ให้ความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ ควรทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร เป็นเบื้องต้นก่อน กล่าวคือ สืบเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งหมายถึง มนุษย์โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่อาจมีข้อยกเว้นน้อยมากที่มนุษย์อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว เผ่าพันธุ์ ชุมชน สังคม และประเทศ เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติอีกทีในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” รวมทั้งมี “แนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม” เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา โดยผู้นำกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ในระดับประเทศของภาครัฐ ในปัจจุบันอาจเรียกว่า “ผู้บริหาร” ขณะที่การควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มนั้นเรียกว่าการบริหาร หรือการบริหารราชการ ด้วยเหตุผลเช่นนี้ มนุษย์จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงจากการบริหารหรือการบริหารราชการได้ง่าย และทำให้กล่าวได้อย่างมั่นใจว่า “ที่ใดมีประเทศ ที่นั่นย่อมมีการบริหาร”

คำว่า การบริหาร (administration) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “administrare” หมายถึง ช่วยเหลือ (assist) หรืออำนวยความสะดวก (direct) การบริหารมีความสัมพันธ์หรือมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “minister” ซึ่งหมายถึง การรับใช้ หรือ ผู้รับใช้ หรือผู้รับใช้รัฐ คือ รัฐมนตรี สำหรับความหมายดั้งเดิมของคำว่า “administer” หมายถึงการติดตามดูแลสิ่งต่างๆ

ส่วนคำว่า การจัดการ (management) นิยมใช้ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อมุ่งแสวงหากำไร หรือกำไรสูงสุด สำหรับผลประโยชน์ที่จะตกแก่สาธารณชนถือเป็นวัตถุประสงค์รองหรือเป็นผลพลอยได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงแตกต่างจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการสาธารณะทั้งหลาย แก่ประชาชน การบริหารภาครัฐทุกวันนี้หรืออาจเรียกว่า การบริหารจัดการ เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจมากขึ้น เช่น การนำแนวคิดผู้บริหารสูงสุด (Chief Executive Officer) หรือ ซีอีโอ (CEO) มาปรับใช้ในวงราชการ การบริหารราชการด้วยความรวดเร็ว การลดพิธีการที่ไม่จำเป็น การลดขั้นตอนการปฏิบัติราชการ และการจูงใจด้วยการให้รางวัลตอบแทน เป็นต้น นอกเหนือจากการที่ภาครัฐได้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจเข้ามารับสัมปทานจากภาครัฐ เช่น ให้สัมปทานโทรศัพท์มือถือ การขนส่ง เหล้า บุหรี่ ไร่ เป็นต้น ภาคธุรกิจก็ได้ทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะหรือประชาชนได้เช่นกัน เช่น จัดโครงการคืนกำไรให้สังคมด้วยการลดราคาสินค้าขายสินค้าราคาถูกหรือการบริจาคเงินช่วยเหลือสังคม

การบริหาร บางครั้งเรียกว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใดๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (ถ้าเป็นหน่วยงานภาคเอกชน หมายถึงของหน่วยงาน และ/หรือ บุคคล) ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของและหน่วยงานโดยครอบคลุมเรื่องต่างๆ เช่น 1) การบริหารนโยบาย 2) การบริหารอำนาจหน้าที่ 3) การบริหาร

คุณธรรม 4) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม 5) การวางแผน 6) การจัดองค์การ 7) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 8) การอำนวยการ 9) การประสานงาน 10) การรายงาน และ 11) การงบประมาณ เช่นนี้ เป็นการนำ “กระบวนการบริหาร” หรือ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า แพมส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมายพร้อมกันนี้อาจให้ความหมายได้อีกว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับ คน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่างๆ เช่น 1) การบริหารคน 2) การบริหารเงิน 3) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ 4) การบริหารงานทั่วไป 5) การบริหารการให้บริการประชาชน 6) การบริหารคุณธรรม 7) การบริหารข้อมูลข่าวสาร 8) การบริหารเวลา 9) การบริหารการวัดผลเช่นนี้ เป็นการนำ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า 9M แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมายการให้ความหมายทั้ง 2 ตัวอย่างที่ผ่านมานี้ เป็นการนำหลักวิชาการด้านการบริหาร คือ “กระบวนการบริหาร” และ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” มาใช้เป็นแนวทางหรือกรอบแนวคิดในการให้ความหมายซึ่งน่าจะมีส่วนทำให้การให้ความหมาย คำว่าการบริหารเช่นนี้ครอบคลุมเนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการบริหาร ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย เป็นวิชาการ และมีกรอบแนวคิดด้วย นอกจากนี้ 2 ตัวอย่างนี้แล้ว ยังอาจนำปัจจัยอื่นมาใช้เป็นแนวทางในการให้ความหมายได้อีก เป็นต้นว่า 3M ซึ่งประกอบด้วย การบริหารคน (Man) การบริหารเงิน (Money) และการบริหารงานทั่วไป (Management) และ 5P ซึ่งประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัดประสานงานและประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยเพิ่มความเข้าใจการบริหารมากขึ้น จึงขอให้ความหมายคำว่าการบริหารการจัดการและการบริหารจัดการมาแสดงไว้ด้วย เช่น การบริหาร เป็นการประสานความพยายามของมนุษย์ อย่างน้อย 2 คน และทรัพยากรต่างๆ เพื่อทำให้เกิดผลตามต้องการ (อนันต์ เกตุวงศ์ 2523:27)

การบริหารหมายถึง ระบบที่ประกอบไปด้วยกระบวนการในการนำทรัพยากรทางการบริหารทั้งทางวัตถุและคนมาดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ไพบูลย์ ช่างเรียน 2532:17)

การบริหารในลักษณะที่เป็นกระบวนการ หมายถึงกระบวนการนำเอาการตัดสินใจ และนโยบายไปปฏิบัติ ส่วนการบริหารรัฐกิจหมายถึงเกี่ยวข้องกับการนำเอานโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (ดิน ปรัชญพฤทธิ 2535 : 8)

การบริหาร คือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กร หรือประเทศ หรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์กร (บุญทัน ดอกไธสง 2537 : 1)

การบริหารในฐานะที่เป็นกระบวนการ หรือกระบวนการ การบริหาร เกิดได้จากหลายแนวคิด เช่น โปสคอรบ (POSDCORB) เกิดจากแนวคิดของ ลูเทอร์ กุลิก (Luther Gulick) และ ลินคอลลิน เออร์วิก (Lyndall Urwick) ประกอบด้วยขั้นตอนการบริหาร 7 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบริหารงานบุคคล (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ขณะที่กระบวนการบริหารตามแนวคิดของ เฮนรี ฟาโยล (Henry Fayol) ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับการ การประสานงาน และการควบคุมงาน หรือรวมเรียกว่า พอคค (POCCC) (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ 2545 : 39)

เซอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน (Herbert A. Simon) กล่าวถึงการบริหารว่าหมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Herbert A. Simon 1947:3)

เฟรดเดอริค ดับบลิว. เทเลอร์ (Frederick W. Taylor) ให้ความหมายการบริหารไว้ว่า งานบริหารทุกอย่างจำเป็นต้องกระทำโดยมีหลักเกณฑ์ ซึ่งกำหนดจากการวิเคราะห์ศึกษาโดยรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้มีวิธีที่ดีที่สุดในอันที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (สมพงษ์ เกษมสิน 2523 : 27)

ปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ (Peter F. Drucker) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำภายในสภาพองค์การที่กล่าวานั้น ทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์การที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์การ ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่น ๆ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสนเทศต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม (สมพงษ์ เกษมสิน 2523 : 6)

แฮร์โรลด์ คูนต์ซ์ (Harold Koontz) ให้ความหมายของการจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์การดำเนินการนั้น (สมพงษ์ เกษมสิน 2523 : 6)

ลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ 1) ในด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน งานบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติตนเป็นผู้นำภายในองค์การ 2) ในด้านของภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำ งานบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่างๆ ในองค์การและการประสานกิจกรรมต่างๆเข้าด้วยกัน 3) ในด้านของความรับผิดชอบ งานบริหารจัดการ หมายถึง การต้องทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยการอาศัยบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (ธงชัย สันติวงษ์ 2543 : 21-22.)

การบริหารจัดการ (management administration) การบริหารการพัฒนา (development administration) แม้กระทั่งการบริหารการบริการ (service administration) แต่ละคำมีความหมาย คล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันที่เห็นได้อย่างชัดเจนมีอย่างน้อย 3 ส่วน คือ หนึ่ง ล้วนเป็นแนวทางหรือ วิธีการบริหารงานภาครัฐที่หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นำมาใช้ในการปฏิบัติ ราชการเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการ สอง มีกระบวนการบริหารงานที่ ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ การคิด หรือการวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล จุดหมายปลายทาง คือ การพัฒนาประเทศไปในทิศทางที่ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งประเทศชาติมีความเจริญก้าวหน้าและมั่นคงเพิ่มขึ้น สำหรับส่วนที่แตกต่างกัน คือ แต่ละคำมี จุดเน้นต่างกัน กล่าวคือ การบริหารจัดการเน้นเรื่องการนำแนวคิดการจัดการของภาคเอกชนเข้ามา ใช้ในการบริหารราชการ เช่น การมุ่งหวังผลกำไร การแข่งขัน ความรวดเร็ว การตลาด การ ประชาสัมพันธ์ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน การลดขั้นตอน และการลดพิธีการ เป็นต้น ในขณะที่การ บริหารการพัฒนาให้ความสำคัญเรื่องการบริหารรวมทั้งการพัฒนานโยบาย แผน แผนงาน โครงการ หรือ กิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ ส่วนการบริหารการบริการเน้นเรื่องการอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่ประชาชน (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ 2548 : 5)

การบริหารจัดการให้ตลาดนัด เป็นไปตามผลที่ตั้งเป้าหมายไว้ สำหรับผลประกอบการ ทางธุรกิจโดยทั่วไปก็คือส่วนต่างของรายได้ หักออกด้วยรายจ่ายแล้วมีผลตัวเลขทางการเงินที่เป็น บวกนั้นก็คือผลกำไรนั่นเอง ผู้บริหารจัดการตลาดนัดจำเป็นจะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีความ เหมาะสมกับปริมาณงานกับกำลังคนและวัสดุอุปกรณ์ ผู้บริหารจัดการจะต้องมีหน้าที่จัดคนให้ตรงกับ งานที่มีอยู่ จัดการเก็บรายได้ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ควบคุมการปฏิบัติงาน รวมถึง ประเมินผลงานในการดำเนินการ จัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นและหาแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้น อีกหากไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ก็จะต้องทำให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด ด้วยภาวะผู้นำในตัวของผู้บริหารเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะ สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว จะอยู่ที่ กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

1. การจัดหา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับ สินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึง

การเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้ก็วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

2. การบริโภค (Consuming) หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

3. การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ สามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้แก่

ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะ การรับรู้

ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด

แรง จูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เรา ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการ

ตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้น่าจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นมีความเป็นตัวของตัวเอง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริงทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

ปัจจัยภายนอก (External Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลมักใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

3. สังคม (Social) กลุ่มสังคมนั้นๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการ

ขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงาม และยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้ชีวิตหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมี ความคุ้นเคย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

6. สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ EI Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

จะเห็นว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญโดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง (เสรี วงษ์มณฑา 2548 :32-46)

กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในยุคหน้ายังมีอีกมาก ดังนั้น นักการตลาดจะต้องทำหน้าที่แสวงหาเครื่องมือทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ทดแทนกลยุทธ์เดิมๆ ที่ใช้กันอยู่ในวันนี้ เมื่อโลกเปลี่ยนไป กลยุทธ์ที่คิดไว้อาจใช้ไม่ได้ ดังนั้นการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ ผู้บริโภคถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับต้นๆ ที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น ในการกำหนดตัวสินค้าในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มใหญ่ของลูกค้าที่เป็นทางเลือก ในแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายที่วาง

ไว้ กลุ่มผู้บริโภคในส่วนของตลาดนัดมีความหลากหลาย ปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นที่น่าจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของผู้บริโภค ควรจะเป็นสถานที่ๆ ตลาดนัดตั้งอยู่ ประเพณีท้องถิ่น รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของผู้บริโภคด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด และส่วนประสมการตลาด

ตลาด มีความหมายกว้างมากตั้งแต่ความหมายที่กว้างที่สุด ซึ่งหมายถึงระบบอุปสงค์และอุปทานในเชิงเศรษฐกิจ ไปจนถึงความหมายของตลาดตามที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับพื้นที่ๆ ใช้ทำตลาด มีชื่อเรียกตลาดมากมายหลายแบบ เช่นเรียกตามชื่อของสถานที่ตั้งตลาด ในน้ำบนบก หรือชื่อห้องที่ทำตลาด ชื่อหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ คำว่าตลาดมีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย

ตลาดคือ แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทั้งในด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งเปลี่ยนไปในแต่ละสมัย (เกียรติ จิวกุล และคณะ 2525 : 3)

ตลาดคือ สถานที่ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อทำธุรกิจหรือ ตลาด คือสถานที่ที่พบกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายเพื่อตกลงราคา และปริมาณการซื้อขาย ตลาด มีความหมายมากมายหลายอย่างแตกต่างกันไป ตามธุรกิจของแต่ละประเภท เช่นแม่บ้านเข้าใจว่าตลาดคือสถานที่สำหรับซื้อขายอาหาร เกษตรกรหมายถึงแหล่งที่เขาขายผลผลิต นักการเงินตลาดคือตลาดหลักทรัพย์เป็นต้น ในแง่ของเศรษฐศาสตร์ ตลาดอาจหมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบเหล่านี้คือ ผู้ซื้อ ผู้ขาย สินค้า หรือบริการ สถานที่ เวลา และราคา (ประภัสสร บุญมี 2542 : 138-139)

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ตามแนวคิดของ Philip Kotler ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product

ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคคล (People) ต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เช่น โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

ในการบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนผสมการตลาด ซึ่งมักจะรู้จักกันโดยทั่วไปว่า “7Ps” แต่ปัจจุบันในยุคของการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้านั้นจะเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ คือ องค์ประกอบทุกอย่างนั้นให้เริ่มต้นจากลูกค้าเป็นหลัก โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบตลอดจนตอบสนองในมุมมองของลูกค้า ได้แก่

Customer Solution ผู้ผลิตสินค้าต้องเรียนรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ เพื่อให้สินค้านั้นๆ สามารถเอื้อประโยชน์หรือแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า และที่สำคัญยิ่งคือการนำเสนอคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยอาจเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตรงหรือสูงกว่าความคาดหวังของหลายๆ องค์กรอาจมุ่งการตอบสนองสินค้าหรือบริการให้ตรงจุดและชัดเจนยิ่งขึ้นด้วย กลยุทธ์ที่เรียกว่า Mass Customization โดยเสนอสินค้าและบริการเพื่อลูกค้าเฉพาะรายในราคาที่เหมาะสม พร้อมกับการบริการพิเศษที่ตรงใจลูกค้าแต่ละบุคคล ขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองลูกค้าในวงกว้าง เพื่อสร้างความพึงพอใจได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นกลยุทธ์นี้จึงจำเป็นต้องใช้การจัดการระบบฐานข้อมูลที่ดีพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว

Customer Cost นักการตลาดควรเข้าใจว่า แม้ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการแล้ว แต่ยังไม่ใช่ว่าปัจจัยเพียงพอที่จะเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในระดับราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภคจะยอมจ่ายในราคาที่สูงหากสินค้านั้นๆ มีลักษณะพิเศษหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะ แนวความคิดเดิมๆ เกี่ยวกับผู้บริโภคที่เชื่อว่า สินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคา มักจะแพง นั้น กำลังจะเปลี่ยนไปในปัจจุบันนี้ด้วยกระบวนการทัศน์ใหม่ในการบริหาร คือ ยกระดับคุณภาพ ขณะเดียวกับราคาที่ถูกลง ซึ่งให้องค์กรธุรกิจต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ต้นทุนต่ำลง อีกทั้งยังต้องเปลี่ยนยุทธวิธีการตั้งราคาใหม่จากเดิม ที่ผลิตสินค้าเสร็จแล้วจึงค่อยมาตั้งราคา แต่กลับต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับสินค้านั้นๆ ด้วยราคา ณ ระดับใดสามารถลดต้นทุนได้หรือไม่ จึงค่อยมากำหนดราคา ณ ระดับที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่าย

Convenience ผู้ผลิตต้องพยายามส่งมอบสินค้าหรือนำเสนอการบริการ ณ สถานที่และเวลาที่เหมาะสม ในปัจจุบันธุรกิจมีการดำเนินการโดยเชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์ระหว่างสมาชิก เพื่อเอื้อประโยชน์ในการติดต่อและการสั่งซื้อ ซึ่งสามารถตรวจสอบระดับและการไหลเวียนของวัตถุดิบและสินค้าคงคลังได้ในทุกขั้นตอน ในส่วนร้านค้าปลีกเองก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ในทุกเวลาที่ต้องการและสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลการสั่งซื้อได้ทันที อีกทั้งเติมเต็มสินค้าบนห้างได้ตลอดเวลาไม่เกิดการขาดช่วงและไม่ต้องมีการสต็อกสินค้าไว้มากเกินความจำเป็น ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดการระบบการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อการลดต้นทุนทั้งระบบนั่นเอง อันจะเกิดผลดีคืนกลับให้ผู้บริโภค ขณะเดียวกันการกระจายสินค้าควรคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการจะซื้อหาสินค้าด้วยความง่ายและสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก ณ เวลาใดก็ได้ที่ต้องการ

Communication การมีกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การใช้พนักงานขาย การบริการสนับสนุน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ล้วนแต่เป็นการเพิ่มการรับรู้แก่

ผู้บริโภค เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้า และข้อมูลอื่นๆ ที่องค์กรต้องการสื่อสารด้วย ข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง องค์กรพึงต้องระมัดระวังการให้สัญญาแก่ผู้บริโภคที่เกินจริง อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดความคาดหวังที่สูงและองค์กรต้องหลีกเลี่ยงการสร้างแรงกดดันกับลูกค้า เช่น กรณีการใช้พนักงานขาย ซึ่งพยายามขายสินค้าในลักษณะเชิงลู่อย่างมากต่อลูกค้า ตรงกันข้ามองค์กรควรแปรเป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเสริมสร้างคุณค่าและให้เกิดความมั่นใจแก่ลูกค้า เช่น การเสนอคุณประโยชน์หรือการขายในลักษณะเชิงเป็นการปรึกษาแก่ลูกค้า ตลอดจนการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง หรือจัดตั้งฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เป็นต้น นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดแบบเดิมๆ แล้ว องค์กรยังสามารถสร้างคุณค่าด้วยเครื่องมือการสื่อสารยุคใหม่ อันได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารข่าวสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงในวงกว้าง และเป็นช่องทางที่ลูกค้าป้อนข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบกลับสู่องค์กรได้อย่างรวดเร็ว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2546)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดนัด ในส่วนของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญส่วนหนึ่ง ตลาดนัดที่ดีมีเสน่ห์ตรงที่ต้องมีผู้คนหลากหลาย ความสับสน เดินเบียดเสียดวุ่นวายในตลาดนัดกลับเป็นสิ่งที่ทั้งผู้ซื้อ และผู้ขายต่างอยากเกิดให้มี หรือที่เรียกภาษาตลาดว่า “ตลาดติด” ราคาสินค้าในตลาดนัดก็มีทั้งถูกทั้งแพงปนกันไป บางรายการก็เหมาะสมบางสินค้าน่าดู บางอย่างก็แพงเกินจริงถ้าสินค้าที่ซื้อไปเป็นของปลอมโดยผู้ซื้อไม่รู้ตัว ร้านค้าในตลาดนัดมีการขายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งวางบนแผงสวยงาม วางบนแผงเป็นกองๆ สุ่มๆ กัน วางแบกพื้น ใส่อะไหล่ขายทำให้มีความหลากหลายน่าติดตามว่าเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น การตะโกนเรียกลูกค้าโดยมีคำพูดในการเรียกร้องให้ผู้ผ่านไปมาสนใจ ก็มีเสน่ห์ในตัวเองของแต่ละบุคคล ประกอบท่าทางดูน่าสนใจในหลากหลายการนำเสนอสินค้า ทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้เป็นขบวนการที่แสดงให้เห็นถึงส่วนประสมทางการตลาดอย่างน่าทึ่ง

5. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ

ความหมายของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการหรือเจ้าแก๊ ภาษาอังกฤษ Entrepreneurs ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ หมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมา เพื่อหวังผลกำไรนอกจากนั้นก็ยังมีนักเศรษฐศาสตร์ ที่มีชื่อเสียงหลายคนได้ให้นิยามไว้มากมาย และแตกต่างกันออกไป ดังต่อไปนี้ “ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมคือผู้ที่เป็นเจ้าของ ได้มองเห็น โอกาสที่จะทำกำไร โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพ ดีกว่าเดิมเข้ามาใช้ หรือด้วยการปรับปรุงองค์กรผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เป็นผู้แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กล่าว

มาข้างต้น” คำจำกัดความดังกล่าว ทำให้เห็นว่าบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการ ทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้ริโภคใหม่ มีการเสาะแสวงหาตลาด หรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกๆ ใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการการผลิตเดิมให้ดีขึ้น ติดตามข่าวสารสถานการณ์ต่างๆ ที่รุดหน้าอย่างรวดเร็วตลอดจนวิทยาการใหม่ๆ ไปใช้ปรับปรุงให้ดีขึ้น คำว่า “พ่อค้า” กับ “ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม” นั้นมีความหมายต่างกัน “พ่อค้า” ไม่ได้เป็นผู้ผลิต แต่ทำหน้าที่เป็นผู้ที่มีเงิน ไปซื้อของมาขาย หรือบางทีอาจจะไปเครดิตสินค้ากับผู้ผลิต หรือคนกลาง นำของนั้นมาจำหน่ายเมื่อได้เงินทองมาก็นำมาหักกับต้นทุนที่เหลือเป็นกำไร เอาเงินไปซื้อมาขายอีก เป็นการหมุนเวียนเงินจากการจ่ายไปและรับกลับมา หรือเป็นการหมุนเวียนเงินในระยะที่สั้นกว่า พ่อค้าจะมีความเสี่ยงน้อยกว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่จะต้องใช้ความคิดในการลงทุนหาผลิตภัณฑ์ มีความเสี่ยงหาเงินลงทุน ตั้งโรงงาน ซื้อเครื่องจักร จ้างแรงงาน ทำการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ หาตลาด และปรับสภาวะให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ขยายงาน ทั้งผลักดันทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จนกลายเป็นผู้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ที่ทำธุรกิจใหญ่โตขึ้นมาได้จนถึงปัจจุบัน และกลายเป็นแหล่งจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับประเทศ นับได้ว่าเป็นบุคคลที่น่ายกย่องส่งเสริมอย่างยิ่ง (ชูติกา โอภาสานนท์ 2543 : 48-52)

บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ บุคลิกภาพเป็นสภาพนิสัยจำเพาะคน เป็นสิ่งที่ทำให้สามารถอ่านหรือ คาดคะเนการกระทำ ของแต่ละบุคคลในการที่จะกระทำพฤติกรรมหากตกอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง การเลือกประกอบอาชีพถือเป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของบุคลิกภาพเช่นเดียวกัน นั่นคือการทำที่บุคคลได้ประกอบอาชีพตามที่ตนเองถนัดและสอดคล้องกับบุคลิกภาพ ย่อมทำให้บุคคลมีความสุขในการประกอบอาชีพอันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการประกอบอาชีพนั้น ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นส่วนใหญ่มิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้แบบเพาะจากการหล่อหลอม หรือจากการฝึกหัดฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะที่ดีดังกล่าว

ประเภทของผู้ประกอบการ ในการพิจารณาถึงประเภทของผู้ประกอบการนั้น สามารถพิจารณาได้หลายมิติ ทั้งจากประเภทของบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของกิจการดังนั้น เพื่อให้มีมุมมองเกี่ยวกับประเภทของประกอบการได้กว้างขึ้น ในส่วนนี้จึงแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นหลายประเภทต่างๆ ดังนี้

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ก่อตั้งกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารและผู้เป็นเจ้าของสิทธิ์พิเศษ ในความหมายของผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบที่เป็นผู้ก่อตั้ง ถือเป็นผู้ประกอบการที่แท้จริง

เนื่องจากเป็นผู้เริ่มก่อตั้งกิจการ จากการมองเห็นถึงช่องทางธุรกิจและใช้ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงเพื่อนำเสนอต่อตลาด ซึ่งผู้ก่อตั้งกิจการอาจเป็นช่างฝีมือที่มีทักษะและเริ่มกิจการโดยใช้ทักษะในวิชาชีพของตนเอง หรือ โดยการแสวงหาความต้องการของตลาดและเริ่มกิจการใหม่

หลังจากได้ก่อตั้งกิจการขึ้นมาแล้ว การดำเนินกิจการอาจสืบทอดไปถึงรุ่นลูกหลานที่เป็นสมาชิกครอบครัว หรือกิจการอาจขายให้กับผู้อื่นเพื่อดำเนินธุรกิจต่อ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหาร เนื่องจากในบางกรณีที่กิจการเติบโตอย่างรวดเร็วจากธุรกิจขนาดย่อมจนเป็นกิจการขนาดใหญ่ แต่ผู้ประกอบการก็ยังคงปฏิบัติงานเหมือนกับในช่วงแรกแทนที่จะเป็นแบบผู้บริหารหรือผู้จัดการอาชีพ

สำหรับผู้ซื้อสิทธิพิเศษทางการค้า จะมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารตรงที่ระดับความเป็นอิสระในการดำเนินกิจการจะน้อยกว่า เพราะผู้ซื้อสิทธิพิเศษทางการค้าต้องปฏิบัติงานภายใต้ข้อกำหนดในสัญญาสิทธิพิเศษ

ผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือกับผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละคนอาจมีพื้นฐานแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้มีความเชี่ยวชาญและวิธีการจัดการที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการวิเคราะห์ปัญหาและการตัดสินใจ ซึ่ง นอร์แมน อาร์ สมิต ได้แบ่งผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือ (artisan entrepreneur) กับผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส (opportunistic entrepreneur) กล่าวคือผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือคือผู้ที่มีทักษะทางเทคนิคและใช้ทักษะนั้นๆ เป็นช่องทางในการเริ่มกิจการ ผู้ประกอบการประเภทนี้โดยทั่วไปจะมีความรู้และทักษะทางธุรกิจไม่มากนัก และมักมีวิธีการตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนี้ 1) การจัดการธุรกิจเหมือนกับการปกครองในครอบครัวแบบพ่อกับลูก กล่าวคือกำหนดแนวทางธุรกิจเหมือนกับที่ใช้กำหนดแนวทางให้กับสมาชิกครอบครัว 2) มักมีค้อยินยอมที่จะมอบหมายอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจให้กับผู้อื่น 3) ในการสร้างกิจการใช้ทรัพยากรเงินทุนน้อย (ปกติมาจากคนเดียวหรือสองคน) เนื่องจากยึดถือว่าการเกิดจากทักษะทางเทคนิคของตน ดังนั้นจึงไม่ต้องการให้กิจการเป็นของผู้อื่น 4) กลยุทธ์การตลาดเน้นองค์ประกอบแบบเดิม คือเน้นในที่ราคาคุณภาพ และความเชื่อ ถือในกิจการ 5) การกระตุ้นการขาย เน้นไปที่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเป็นหลัก 6) มุมมองด้านเวลา เน้นระยะสั้นและมีการวางแผนเพื่ออนาคตหรือการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย

ในทางตรงข้าม ผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส คือบุคคลที่มีทั้งทักษะการจัดการและความรู้ทางเทคนิคในการเริ่มกิจการ ผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาสมักหลีกเลี่ยงการจัดการแบบพ่อปกครองลูก มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ เมื่อมีความจำเป็นต่อการเติบโตของกิจการ

กลยุทธ์การตลาด และการขายอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนระดมเงินทุนจากหลายแหล่งในการเริ่มกิจการ และมีการวางแผนสำหรับการเติบโตในอนาคต

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิง แม้ว่าโดยทั่วไปเพศชายจะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจ แต่ปัจจุบันผู้หญิงเป็นจำนวนมาก ได้เข้ามาเป็นผู้บุกเบิกและเริ่มกิจการของตนเอง นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิงจะต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ยังต้องเผชิญกับความยุ่งยากในการดำเนินบทบาทการประกอบการในด้านอื่นๆ อีกด้วย เช่น ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้อนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงินที่มีต่อเพศหญิง นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคอื่น ได้แก่การสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทั้งผู้จัดหาลูกค้า และบุคคลต่างๆ

ในปัจจุบัน มีการใช้ทีมผู้ประกอบการ ในสัดส่วนที่สูงมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจที่ความสำเร็จของกิจการ มีความจำเป็นต้องใช้ความชำนาญเฉพาะทางและทรัพยากรต่างๆ ทำงานร่วมกัน ซึ่งทีมประกอบการประกอบด้วยบุคคลมากกว่า 2 คนที่ใช้ทักษะเฉพาะและความพยายามร่วมกัน ในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการ ดังนั้นในกรณีนี้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ จึงเกิดจากการนำความสามารถพิเศษ ทักษะและทรัพยากรของทีมผู้ประกอบการมาผนึกกำลัง

ผู้ประกอบการที่เป็นสามีและภรรยา ทำงานร่วมกันนั้น ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการทำงานร่วมกันของสามีและภรรยา ก่อให้เกิดการแบ่งงานกันทำบนพื้นฐานความชำนาญ อันเกิดจากความแตกต่างกันในด้านของเพศได้เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการที่เป็นสามีและภรรยา ควรเรียนรู้ปัจจัยสู่ความสำเร็จ อันเกิดจากรากฐานความสัมพันธ์ในการทำงานร่วม

ธุรกิจครอบครัว บุคคลในครอบครัวมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ทั้งในฐานะเจ้าของทำหน้าที่ในกิจการ ซึ่งในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ธุรกิจครอบครัวถือเป็นส่วนธุรกิจที่มีความ สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างยิ่ง

ผู้ประกอบการที่เป็นหนุ่มสาว คนรุ่นใหม่ในยุคนี้มีความโน้มเอียงต้องการกำหนดชะตาชีวิตของตนเองมากยิ่งขึ้น และส่วนหนึ่งประกอบอาชีพครั้งแรกโดยก่อตั้งกิจการของตนเองขึ้น

ผู้ประกอบการที่ทำงานไม่เต็มเวลา ถือเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่ทำงานไม่เต็มเวลา อาจทำในสิ่งที่ดีที่สุด ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้อาจเข้าไปประกอบกิจการของตน โดยไม่ยอมสูญเสียความมั่นคงในงานประจำและผลตอบแทนที่มีอยู่เดิม ประโยชน์ที่สำคัญในการประกอบการแบบไม่เต็มเวลา คือมีความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพต่ำ เนื่องจากมีอาชีพเดิมอยู่

ผู้ประกอบการที่บ้าน ซึ่งได้รับความนิยอย่างแพร่หลาย มีข้อดีหลายประการ ได้แก่ ต้นทุนในการก่อตั้งและการดำเนินงานต่ำสุด มีความยืดหยุ่น เรื่องแบบแผนการดำเนินชีวิตมากขึ้น ปัจจุบันเทคโนโลยีระดับสูง มีส่วนช่วยให้การประกอบการมีความสะดวกมากขึ้น

ผู้ลี้ภัย เกิดจากการหลีกเลี่ยงหนีสถานการณ์บางอย่างที่ตนไม่ต้องการ มีปัจจัยผลักดัน อันเกิดสาเหตุต่างๆ เช่น หลบหนีปัญหาทางการเมือง ศาสนา หรือความยากแค้นทางเศรษฐกิจในประเทศของตน ผู้ลี้ภัยจากบริษัท ผู้ลี้ภัยจากพ่อแม่ เพื่อแสดงความสามารถของตนเองว่าสามารถประกอบกิจการได้โดยลำพังและด้วยลำแข้งของตนเอง ผู้ลี้ภัยที่ต้องการความเสมอภาคของสตรี ผู้ลี้ภัยที่เป็นแม่บ้าน ผู้ลี้ภัยทางสังคม ผู้ลี้ภัยทางการศึกษา เป็นกลุ่มที่ถูกคัดชื่อออกจากการศึกษาและตัดสินใจประกอบกิจการของตนเอง (อำนาจ ชีระวนิช 2549 : 46-51)

ความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการ ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ในส่วนนี้นักวิชาการให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จขององค์กรไว้หลายแนวคิดดังต่อไปนี้ได้ให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จขององค์กรไว้ดังนี้ 1) พิจารณาจากผลผลิตภาพ หมายถึงอัตราส่วนระหว่างผลผลิต ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัย เขียนเป็นสูตรได้ว่า ผลผลิตภาพ = ผลผลิต/ปัจจัยการผลิต 2) พิจารณาจากกำไร ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดมักจะใช้ระยะเวลา 1 ปี ตามระบบบัญชีของแต่ละธุรกิจ แต่โดยทั่วไปมักจะตรงตามปีปฏิทิน (นิศย์ สัมมาพันธ์ 2542 : 10-21)

ความสำเร็จของผู้ประกอบการวัดได้ที่ตัวบุคคล โดยที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดความสำเร็จด้วยตนเอง ซึ่งมักใช้ความเห็นด้านการเงินเป็นตัวสะท้อนธุรกิจ และความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจากการดำเนินธุรกิจ ระดับความสำเร็จทางเศรษฐกิจโดยพิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลกำไร และยอดขาย หรือวัดจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้าและพนักงาน ในด้านการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ การวัดความสำเร็จของการประกอบการตลาดนัดวัดได้จากจำนวนร้านค้าที่เข้ามาค้าขายในตลาดและวัดจากผู้เข้ามาซื้อสินค้าในตลาดได้ด้วยเช่นกัน

6. ความเป็นมาและความหมายของคำว่าตลาดนัด

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายคำว่า “ตลาดนัด” หมายถึง ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายสิ่งของต่างๆ ซึ่งมีได้ตั้งอยู่เป็นประจำแต่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนดเท่านั้น หากพิจารณาตามความหมายนี้ อาจกล่าวได้ว่าตลาดนัดดำรงอยู่ในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต โดยปรากฏอย่างไม่เป็นทางการ

ตลาดนัด อาจปรากฏในรูปของตลาดไม่ประจำหรือตลาดตามฤดูกาล ทั้งที่เป็นตลาดน้ำ และตลาดบกก็ได้ ทั้งนี้ ความสำคัญของตลาดบกและตลาดน้ำขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์ของชุมชน (ราชบัณฑิตยสถาน 2525 : 325-326)

อาชีพพ่อค้าแม่ค้าเร่เกิดขึ้นไม่ต่ำกว่าในสมัยสุโขทัย เห็นได้จากหลักฐานสำคัญ คือ จารึกของสมเด็จพระเจ้าขุนรามคำแหงที่ว่า “เบื้องดินนอนเมืองสุโขทัยนี้มีตลาดปสาน มีพระอจน มีปราสาท มีป่าหมากพร้าว ป่าหมากกลาง มีไร่มีนา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านแรก” คำว่า ปสาน มีจาก ภาษาเปอร์เซีย บazaar ซึ่งตลาดแบบบazaar หมายถึงตลาดที่มีซื้อขายสินค้าเล็กๆ น้อยๆ อาศัยการต่อรองและความเป็นกันเอง ผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ซื้อ และผู้บริโภครวมกัน อาจเป็นคนๆ เดียวกันก็ได้ นั่นคือ คนจะปลูกพืชผักและนำไปขายในตลาด และผู้นั้นก็จะซื้อสินค้าที่ตนผลิตไม่ได้เองมาบริโภคในครัวเรือน กลุ่มทางเครือญาติและกลุ่มทางสังคมอื่นๆ มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าด้วย (ดำรงฐานดี 2531 : 115)

จากข้อความในศิลาจารึกตอนนี้ แสดงให้เห็นว่า กรุงสุโขทัยมีตลาดสำหรับให้ประชาชนมาซื้อขายกัน ตลาดปสานนี้ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของตัวเมือง ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่มีบ้านเรือนของผู้คนตั้งถิ่นฐานกันอยู่ ตลาดปสานเป็นทั้งตลาดประจำและตลาดนัด ส่วนตลาดย่อยอื่นๆ ก็ยังมีกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในเมืองและนอกเมือง เป็นสมัยที่การค้ารุ่งเรือง เพราะกษัตริย์สุโขทัยเห็นความสำคัญของการค้าและทรงมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนจากหัวเมืองต่างๆ นำสินค้าเข้ามาขายยังตลาดในสุโขทัย นโยบายนี้คือ การไม่เก็บภาษีจังกอบ (ภาษีผ่านด่าน) จึงมีพ่อค้าแม่ค้าจากหัวเมืองต่างๆ นำสินค้าเข้ามาค้าขายที่ตลาดปสานกันอย่างมากมาย (ขุนวิจิตรมาตรา 2516 : 37)

รูปแบบของตลาดในสมัยสุโขทัยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดบก เพราะกรุงสุโขทัยไม่ใช่เมืองที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ตัวเมืองสุโขทัยตั้งอยู่ห่างจากแม่น้ำยมถึง 10 กม. ลักษณะของตลาดมักจะนิยมจัดขึ้นในบริเวณลานที่โล่งใกล้ๆ หมู่บ้าน ซึ่งอาจจะเป็นลานวัดหรือลานกลางหมู่บ้าน มีลักษณะเป็นแผงติดพื้นดิน โดยใช้ใบตองหรือวัสดุอื่นปูรองสินค้าไว้ (เกียรติ จิระกุล 2525 : 13)

ต่อมาเมื่อสมัยอยุธยา ลักษณะตลาดและรูปแบบการค้าของพ่อค้าแม่ค้าเร่ก็เปลี่ยนไป ในสมัยอยุธยา มีตลาดปสานหรือตลาดแบบบazaarอยู่เห็นได้จากกฎหมายลักษณะลักพา พ.ศ.1899 มาตรการหนึ่งมีอยู่ว่า “ผู้ใดลักไพร่ฟ้าข้าคนลูกเมียท่านพานิชและมิทันพานิช ตั้งแต่ดินน้ำดินท่านในตลาดพลาสแห่งใดๆ มีสักขีพยานว่าเอาข้าคนท่านหนีจริง ท่านว่าผู้นั้นคือโจรให้ไหมกึ่งค่า คำว่าพลาสในที่นี้คือ ตลาดปสานหรือตลาดบazaarนั่นเอง (ขุนวิจิตรมาตรา 2516 : 83)

ลักษณะการค้าขายในสมัยกรุงศรีอยุธยามีลักษณะแตกต่างไปจากสมัยสุโขทัย ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดความแตกต่างกัน เนื่องมาจากปัจจัยทางด้านภูมิประเทศ ตลาดในกรุงสุโขทัยจะเป็นตลาดบกเพราะตั้งอยู่ไกลจากแม่น้ำ ส่วนในสมัยกรุงศรีอยุธยามีสภาพทางภูมิประเทศเป็นเกาะมี

แม่น้ำล้อมรอบ และอยู่กลางทุ่ง โลงเป็นที่บรรจบของแม่น้ำถึง 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี การที่มีที่ตั้งใกล้อยู่ริมแม่น้ำนี้นอกจากจะอำนวยความสะดวกในเรื่องของการเกษตร ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชากรแล้ว ยังมีผลต่อการคมนาคมเพื่อหมุนเวียนผลผลิตไปยังสังคมภายนอกอีกด้วย (เกียรติ จิวะกุล 2525 :40)

เมื่อถึงสมัยกรุงธนบุรี ตลาดในสมัยนี้ส่วนใหญ่เป็นตลาดทั้งกระจายอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลอง เช่นเดียวกับสมัยกรุงศรีอยุธยาแต่มีไม่มากเท่า เพราะมีพื้นที่สำหรับจอดเรือแพน้อยกว่า ประกอบกับสถานการณ์ของประเทศยังไม่มั่นคง เนื่องจากมีการทำศึกสงครามตลอดเวลา ฉะนั้นการค้าขายก็คงมีเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน จนถึงปลายรัชสมัยจึงกลับฟื้นตัวดีขึ้น มีสินค้าและอาหารบริบูรณ์ เพราะประชากรมีเวลาที่จะผลิตและดำเนินการค้าขายได้ (เกียรติ จิวะกุล 2525 : 4)

ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ปลายรัชสมัยรัชการที่ 2 ได้มีการตั้งระบบเจ้าภาษีนายอากร ซึ่งเป็นชาวจีนได้รับสิทธิผูกขาดจากรัฐให้เก็บภาษีถึง 38 ชนิด ในสมัยรัชกาลที่ 3 ระบบนี้ทำให้รัฐบาลมีรายได้นั่นเองในแต่ละปี แต่ราษฎรต้องจ่ายภาษีเพิ่มขึ้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 ไทยได้ทำสนธิสัญญาเบาว์ริงค์กับประเทศอังกฤษ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงและเข้าสู่ระบบทุนนิยมในยุคต่อมาเกษตรกรรมของไทยเริ่มเพิ่มผลผลิตของตนให้มากขึ้น โดยเฉพาะข้าว ไม่ได้ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนดังแต่ก่อน แต่ผลิตเพื่อนำไปขายด้วย มีการขยายที่นาและขุดคลองเพื่อใช้ในการเพิ่มผลผลิต และนำเงินตราที่ได้มาไปซื้อผลผลิตอื่นๆ มาบริโภค หลังจากทำสนธิสัญญาเบาว์ริงค์แล้ว สินค้าต่างประเทศได้ล้นไหลเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจไทยเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศ การค้ากับต่างประเทศทำให้การค้าภายในขยายตัวต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ พร้อมกันนั้นการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางของการแลกเปลี่ยนก็ขยายวงกว้าง การใช้เงินเป็นสื่อกลางช่วยกระตุ้นให้ชาวบ้านทำการผลิตเพื่อค้าขายเพิ่มขึ้น แทนที่จะผลิตไว้บริโภคในครัวเรือนอย่างเดียว เพราะการค้าและการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางที่ทำให้การถือเอาผลผลิตส่วนเกินของเจ้าขุนมูลนาย ซึ่งแต่เดิมอยู่ในรูปของสิ่งของและแรงงานเกณฑ์ เปลี่ยนมาเก็บภาษีที่เป็นเงินแทน เมื่อเป็นเช่นนี้ชาวบ้านจึงต้องเพิ่มผลิตเพื่อขายได้เงินมากๆ หรือหางานที่จ่ายค่าจ้างเป็นเงินเพื่อนำมาจ่ายภาษีในรูปเงินได้ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา 2527 : 322-333)

ในสมัยที่เรียกว่าอยู่ในยุคปัจจุบันตลาดนัดได้เกิดขึ้นมาตามคำกล่าวของ (สกุณี ญัฐพลวัฒน์ 2541 : 18) กล่าวถึง ตลาดนัดที่เกิดขึ้นในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ด้วยนโยบายของรัฐที่คำนึงถึงชาวบ้าน หรือเกษตรกรที่มักถูกพ่อค้าคนกลางกดราคาพืชผล จึงได้มีการริเริ่มจัดตลาดนัด เพื่อเป็นสถานที่ให้พ่อค้าแม่ขายรายย่อยได้นำสินค้าจากเรือกสวนไร่ร่นมาขายด้วยตนเอง สังคมมนุษย์ เป็นสังคมที่อยู่รวมกันเป็นชุมชน มีการติดต่อแลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์กิจกรรมอัน

หลากหลาย จากชุมชนหนึ่ง ๆ ต่อเนื่องไปสู่ชุมชนอื่น ในแต่ละชุมชนต่างก็มีการผลิต ทั้งเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า จักสาน อื่น ๆ อีกมากมาย ตามแต่สภาพของท้องถิ่นและวัตถุดิบที่มีอยู่ในแต่ละที่ นั้น บางชุมชนเมื่อผลิตแล้วมีมากเกินไปจนความต้องการ ดังนั้น เมื่อได้มีการติดต่อกับสังคมหรือชุมชน อื่น ๆ จึงมีการนำผลผลิตของตนเองเหล่านั้นไปแลกเปลี่ยนกับผลิตผลหรือวัตถุดิบอื่นที่ตัวเองขาด แคลนการชุมนุมเพื่อแลกเปลี่ยนผลผลิตของแต่ละชุมชน จึงนับเป็นกิจกรรมที่มีมานานคู่กับสังคม มนุษย์ หากดูจากประวัติศาสตร์ความเป็นมาในเรื่องการค้าขายแลกเปลี่ยนจะพบ ในยุคโบราณ การพบปะ ชุมชนกันเกิดขึ้นด้วยการแลกเปลี่ยนค้าต่อสินค้า (Barter system) ไม่มีเงินตราหรือมาตรฐานเป็น สากลในการแลกเปลี่ยน ขึ้นอยู่กับความพอใจและความใกล้ชิดผูกพันของพ่อค้าแม่ค้าแต่ละคน เช่น การแลกเปลี่ยนกับไขเป็ด ผักสดกับปลาทะเล หรือของทะเลอื่น ๆ สถานที่ที่ดำเนินกิจกรรมเช่นนี้ มัก เรียกขานว่า "ตลาด" ซึ่งคำเรียกของแต่ละแห่งอาจมีสำเนียงหรือภาษาที่แตกต่างกันไป แต่ไม่ว่าจะ เป็นคำใดทุกสรรพสำเนียงเหล่านี้ ก็ล้วนมีความหมายถึงสถานที่ที่มีการรวมตัวกันเพื่อซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากันอยู่ดี นอกจากความหมายของคำ และสภาพของแหล่งตลาดแล้วสิ่งสำคัญของ ความเป็นตลาด ก็คือ รูปแบบของตลาด ซึ่งมีความเกี่ยวพันอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐาน ของมนุษย์อย่างมาก เช่น ชุมชนใดที่มีการติดต่อไปมาหาสู่ตลาดกันโดยทางบก ก็มักเรียกว่า "ตลาด บก" ส่วนชุมชนใดที่มีการติดต่อสัญจรทางน้ำเป็นหลัก ก็จะเรียกตลาดที่เกิดขึ้นนี้ว่า "ตลาดน้ำ" ส่วน ตลาดซึ่งได้ชื่อว่าเป็นตลาดที่ใกล้ชิดกับผู้คนในชุมชนมากที่สุดคือ "ตลาดนัด" การติดตลาดจะ เปลี่ยนวันเวลาและสถานที่ไปเรื่อย ๆ แล้วแต่นัดส่วนใหญ่ ในสมัยโบราณ วันที่นิยมติดตลาดนัดมัก เป็นวันพระ วันโกน หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์นั่นเอง ณ สถานที่แห่งนี้พ่อค้าแม่ขายทั้งหลายจากถิ่น ต่าง ๆ จะมีโอกาสในการนำสินค้าของตนมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอย่างกว้างขวาง

จากหลักฐานที่อ้างอิงที่ผ่านมาข้างต้นพออนุมานได้ว่า ตลาดอยู่คู่กับสังคมมาตลอด ไม่ ว่าจะเป็นชนชาติเผ่าพันธุ์ใดๆ ตลาดมีมากมายทั้งตลาดบก ตลาดน้ำ ตลาดเช้า สาย บ่าย เย็น กลางคืน มีครบทั้งวันตลอด 24 ชั่วโมง ตลาดนัดประจำวันในแต่ละสัปดาห์ ส่วนใหญ่ในบริเวณเดียวกันจะมี ตลาดนัดหมุนเวียนครบทั้ง 7 วัน จากหัวข้อวิจัยตลาดคุณาวรรณเป็นตลาดนัดที่เปิดตลาด 2 วันใน หนึ่งสัปดาห์ เป็นรูปแบบของตลาดบกความน่าสนใจในการตั้งคำถามวิจัยคือตลาดนัดแห่งนี้มี อาคารถาวร กันแดดกันฝนอย่างดีแต่กลับได้รับการยอมรับที่น้อยกว่าการตั้งแผงค้าชั่วคราว และการ วางของขายแบบกับพื้น

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนตรี สิงหะวาระ และคณะ (2549) ได้ศึกษาถึงแนวทาง “การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนในตำบลออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่” จากผลการศึกษาทำให้ได้ทราบว่าประชาชนใน ต.ออนใต้ มีประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรมอันยาวนานประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีสถาบันทางการเงินที่เข้มแข็ง คือสหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นที่พึ่งทางด้านการเงินของชุมชนใน ต.ออนใต้ อีกทั้งยังมีตลาดริมออนเป็นตลาดนัดชุมชนที่มีมาพร้อม 20 ปี สำหรับปัจจัยเกื้อหนุนที่ทำให้เกิดการพัฒนาคาดนัดอย่างยั่งยืนได้แก่ 1) ปัจจัยด้านสินค้า 2) ปัจจัยทางด้านองค์กร และ 3) ปัจจัยทางด้านบุคคล นอกจากนี้ปัจจัยที่ต้องทำให้เกิดเพื่อการพัฒนาตลาดนัดอย่างยั่งยืนนั้นได้แก่ 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับคนในชุมชน ได้รู้ถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่มีต่อชุมชน 3) เร่งพัฒนาและสรรหาสินค้าหรือบริการที่พัฒนามาจากทรัพยากรในชุมชน และ 4) พัฒนาให้เกิดตลาดเฉพาะส่วนขึ้นเช่น กาดวัว และตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าโดยไม่ใช้เงิน

วิภาดา อ่อนนาน (2547) ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการธุรกิจเคลื่อนที่ในจังหวัดกาญจนบุรี” ผลการศึกษาพบว่าลักษณะการจัดการธุรกิจตลาดนัดเคลื่อนที่ที่ใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลัก ผู้จัดการตลาดทั้งสามตลาดเป็นเพศชาย อาชีพก่อนเข้ามาเป็นผู้จัดการตลาดนัดไม่ได้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหรือเคยทำหน้าที่ทางด้านการตลาดมาก่อนแต่อย่างใด เพียงแต่ใช้ประสบการณ์จากการได้เข้ามาขายของ และประสบกับปัญหาการถูกไล่ที่ขายของทั้งของตนเองและผู้ร่วมชะตากรรมเดียวกัน จึงต้องการมีสถานที่ทำมาหากินในการแก้ปัญหาความอยู่รอดของตนเองเป็นแรงจูงใจเข้ามาเป็นผู้ประกอบการตลาดนัดเคลื่อนที่ โดยใช้ภาวะผู้นำและความมีมนุษยสัมพันธ์ การจัดการเกี่ยวกับสถานที่ ผู้จัดการจะเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดตลาดนัดที่อยู่ใกล้ตลาดแหล่งชุมชนใกล้สถานที่สาธารณะของทางราชการเพื่ออาศัยใช้เป็นที่พักผ่อนฟรี สถานที่จอดรถกว้างขวางมีการคมนาคมสะดวกมีการเช่าพื้นที่เป็นรายเดือน และมองที่เช่าของการรถไฟก่อนที่อื่นๆ เนื่องจากมีค่าเช่าถูกมีห้องสุขาของสถานีรถไฟให้ใช้ฟรีเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายที่จะต้องสร้างห้องสุขาหรือเช่ารถสุขาเคลื่อนที่มาบริการ

วันชัย ฐักิจ (2545) ทำการวิจัยเรื่อง “การสำรวจปัจจัยที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครใช้ในการซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดนัดจตุจักร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดนัดจตุจักรทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคใช้ปัจจัยพิจารณาโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยพิจารณาด้านสินค้าและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสังเกตเห็นว่าการซื้อสินค้าและบริการจะต้องมีคุณภาพ มีคุณลักษณะและประโยชน์ มีความ

หลากหลาย ซึ่งตลาดจตุจักรเป็นแหล่งรวมสินค้าและบริการจำนวนมาก ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภคให้เข้าไปซื้อสินค้าและบริการ ส่วนในด้านราคา ผู้บริโภคใช้ปัจจัยพิจารณาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ผู้บริโภคจึงแสวงหาแหล่งที่มีสินค้าราคาถูก เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งของตนเองและครอบครัว ส่วนปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคพิจารณาปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคมองเห็นว่าตลาดนัดจตุจักรเป็นแหล่งรวมสินค้าหลากหลาย และราคาถูก ดังนั้นปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดจึงให้ความสำคัญไม่มากนัก

กนกพร กระบวนศรี (2531) กล่าวถึงผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือไว้ว่าผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกร พอแบ่งออกได้ประเภทดังนี้ 1) ผู้ซื้อที่มีจุดประสงค์ซื้อสินค้าเพียงประการเดียว ส่วนมากเป็นเกษตรกรที่อยู่ใกล้เคียงกับตลาดนัด และใช้การเดินทาง รถจักรยาน และรถจักรยานยนต์ ส่วนพวกที่อยู่ห่างออกไปก็จะใช้บริการรถประจำทางหรือรถรับจ้างทั่วไป ซึ่งผู้ซื้อประเภทเป็นผู้ซื้อในท้องถิ่น 2) ผู้ซื้อที่มีจุดประสงค์ทั้งการซื้อและการขาย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น กลุ่มคือ เกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่ายในตลาดนัดเป็นบางครั้ง และซื้อสินค้า แปรรูปต่างๆ ที่จำเป็นกลับบ้าน ผู้ซื้อประเภทนี้ส่วนมากเป็นผู้ซื้อต่างถิ่น ผู้ซื้อสินค้าจากพ่อค้ารายใหญ่ในตลาดนัด และนำไปจำหน่ายยังตลาดนัดอื่นๆ ส่วนใหญ่สินค้าที่ซื้อจะเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีแหล่งผลิตเฉพาะผู้ซื้อสินค้าประเภทนี้ส่วนมากเป็นผู้ซื้อต่างถิ่น ผู้ซื้อที่มีจุดประสงค์เพื่อชมสภาพการค้าภายในตลาดนัดและสินค้าบางประเภทกลับไป ซึ่งผู้ซื้อประเภทนี้ส่วนใหญ่จะใช้ช่วงเวลาว่างหลังจากการทำงานแล้ว โดยใช้แหล่งตลาดนัดเป็นแหล่งพบปะสรุปได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดสามารถแยกได้เป็น 2 กลุ่มคือผู้ซื้อสินค้าภายในท้องถิ่นและผู้ซื้อสินค้าต่างถิ่น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อกำหนดแผนงาน ทิศทางของการเริ่มศึกษาการกำเนิดองค์ประกอบธุรกิจตลาดนัด การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การหาข้อมูลระดับลึกในพื้นที่ตลาดนัดด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และผลตอบสนองที่สะท้อนกลับมาของผู้วิจัยเอง ในด้านของผลข้อมูลที่ได้รับตอบกลับ และการศึกษาเอกสารบันทึกต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดการดำเนินวิจัย ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เลือกพื้นที่ศึกษาในตลาดนัดคุณาวรรณ ถนนมัลลีย์แมน ตำบลทุ่งกระพังโหม เขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีข้อมูลสนับสนุนประกอบพื้นที่ดังนี้

ตลาดนัดคุณาวรรณ ตั้งอยู่เลขที่ 55 หมู่ 7 ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ติดถนนมัลลีย์แมนใกล้กับบริเวณที่ว่าการอำเภอกำแพงแสน ห่างจากตัวจังหวัดนครปฐมประมาณ 25 กิโลเมตร การเดินทางจากตัวจังหวัดนครปฐมตามถนนมัลลีย์แมนมุ่งหน้าสู่อำเภอกำแพงแสน ตลาดนัดคุณาวรรณอยู่ด้านขวามือกัลับริดตรงข้ามสถานีบริการน้ำมัน ปตท. หน้าเทศบาลกำแพงแสน ตลาดนัดคุณาวรรณ มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 37 ไร่ ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

อาณาเขตติดต่อตามภูมิศาสตร์

| | |
|-------------|---------------------------------|
| ทิศเหนือ | ติดต่อกับคลองท่าสารบางปลา |
| ทิศใต้ | ติดต่อกับที่ว่าการอำเภอกำแพงแสน |
| ทิศตะวันตก | ติดต่อกับเทศบาลตำบลกำแพงแสน |
| ทิศตะวันออก | ติดต่อกับหมู่บ้านวนิดา |

2. ขั้นตอนการวิจัย

1. ค้นคว้าทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของการค้นคว้าอิสระเพื่อประกอบเป็นข้อมูล นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
2. นำเสนอหัวข้อการค้นคว้าอิสระ
3. ค้นคว้าประวัติความเป็นมาของหัวข้อวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย
4. ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัย
5. หางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย
6. ขอข้อมูลจากหน่วยงานราชการ ที่ควบคุมดูแลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบ การตลาดนัดคุณาวรรณ ที่สำนักงานสาธารณสุขประจำอำเภอ
7. จัดทำแนวคำถามวิจัย ในการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
8. จัดเตรียมเครื่องมือและการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ทำการวิจัย
9. ดำรวจสภาพตลาดนัดคุณาวรรณและสถานที่ใกล้เคียง
10. สัมภาษณ์ผู้บริหาร และทีมงานตลาดนัดคุณาวรรณ
11. สัมภาษณ์ผู้ค้าขายในตลาดนัดคุณาวรรณ
12. สัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการตลาดนัดในตลาดนัดคุณาวรรณ
13. รวบรวมข้อมูล ถอดเทปคำสัมภาษณ์
14. จัดทำภาพถ่ายประกอบคำบรรยายภาพ
15. วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลวิจัย และจัดพิมพ์
16. จัดทำรูปเล่มของการค้นคว้าอิสระ

3. วิธีการวิจัย

ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้ เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการค้นหาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย และการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดนัด ทั้งในส่วนผู้ประกอบการและพนักงานในองค์กร พ่อค้าและแม่ค้า รวมถึงผู้บริโภคที่มาจับจ่าย ใช้สอยสินค้าในตลาดนัดคุณาวรรณ มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

1. ผู้วิจัยเองนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดเพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เตรียมตัวก่อนการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยคือผู้เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมให้กับตนเอง

2. ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตลาดนัดคุณภาพวรรณ เพื่อให้เกิดความรู้ทางแนวคิดและทฤษฎี

3. ศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นนักวิจัยเชิงศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติ การสังเกต ร่วมกับศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยเชิงคุณภาพ พร้อมการรับคำชี้แนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

4. เตรียมเครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบระดับลึกรายบุคคล ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

5. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เก็บข้อมูลภาพในบรรยากาศขั้นตอนและกระบวนการที่ดำเนินการมีส่วนร่วมของการค้าขายและการจัดการของเจ้าหน้าที่ตลาดนัดคุณภาพ

6. กรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล (ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้อง) พร้อมทั้งป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การบริหาร การจัดการ ความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค การปฏิบัติงานในตลาด จำนวนร้านค้า ประเภทร้านค้า ประเภทสินค้า กระบวนการวางแผนในการประกอบการ การสังเกตผลที่เกิดขึ้น และการประเมินผล

7. ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร และอาจารย์วัลภา เหลืองทองคำ ภาควิชาภาษาไทย โรงเรียนจิวรายนุญมีรังสฤษฎ์ อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

8. เครื่องมือที่ช่วยจดบันทึก คือสมุดจดและปากกาสำหรับจดบันทึกข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ ซึ่งช่วยในการบันทึกคำพูด บรรยากาศ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การบริหารจัดการ การประกอบการตลาดนัด

2. การสัมภาษณ์แบบระดับลึก (In-Depth Interview) เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการบริหารจัดการ การประกอบการตลาดนัด เป็นกิจกรรมในการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูล เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการเข้าไปอยู่และปฏิบัติตนเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ศึกษาทำวิจัย ซึ่งเป็นการสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง โดยผู้วิจัยเลือก

การมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้สังเกต เข้าร่วมในกิจกรรม การเลือกชมสินค้าตามร้านค้าต่างๆ การเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวผู้วิจัยเองเพื่อให้มีส่วนร่วมในตลาดนัดอย่างแท้จริง

5. แหล่งข้อมูลวิจัย

ประชากรที่ศึกษา หรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้ประกอบการตลาดนัด

1.1 เจ้าของตลาดนัด คือผู้ที่เป็นเจ้าของตลาด ทั้งส่วนของเจ้าของอาคารสิ่งพื้นที่ เป็นปลูกสร้างที่เป็นอาคารถาวร และบริเวณทางเดินถนนคอนกรีตที่ใช้ทำแผงลอยสำหรับตั้งร้านค้า

1.2 ผู้จัดการตลาดนัด คือผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าของตลาดนัด ให้เป็นผู้บริหารจัดการและการปฏิบัติการจัดสถานที่ จัดเก็บรายได้ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตลาดนัด

1.3 เจ้าหน้าที่สำนักงาน คือพนักงานเจ้าหน้าที่จัดการธุรการเอกสารต่างๆ ทำบัญชี การเงิน จัดซื้อจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบการ ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภาคสนามต่างๆ

1.4 เจ้าหน้าที่ภาคสนาม คือพนักงานที่มีหน้าที่ประจำการอยู่ในตลาดนัด ทั้งส่วนของการจัดการก่อสร้าง การจัดสรรพื้นที่ร้านค้า การจัดการด้านการจราจร จัดเก็บรายได้จากร้านค้า งานซ่อมบำรุง ทั้งไฟฟ้า สุขาภิบาล ระบบรักษาความปลอดภัย

2. กลุ่มผู้ค้าขาย และผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัด

2.1 ผู้ค้าบนแผงลอยชั่วคราว คือร้านค้าที่มาทำการค้าขายในตลาดนัดโดยการตั้งร้านชั่วคราวบนพื้นที่ๆทางส่วนของตลาดนัดกำหนดให้หรือที่เรียกในตลาดว่า “ล๊อค” ขนาดของร้านค้าใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับผู้ค้าว่าต้องการใช้พื้นที่เท่าใด

2.2 ผู้ค้าในอาคารถาวร ตลาดนัดคุณาวรรณ มีอาคารที่ก่อสร้างเป็นอาคารถาวร

2.3 ผู้ค้าวางกับพื้น คือปูผ้าใบหรือผ้าพลาสติกกับพื้นดิน หรือพื้นคอนกรีตแล้ววางสินค้าบนผ้าใบอีกทีหนึ่ง

2.4 ผู้ค้ารถเข็น คือผู้ค้าที่มีรถเข็นและวางสินค้าที่ขายในรถเข็น หรือวางบนรถเข็นสามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่งสถานที่ขายไปมาภายในตลาดได้

6. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการ และการประกอบการตลาด
คุณาวรรณรวม 4 เดือน

วันที่เริ่มค้นคว้าวิจัย

กุมภาพันธ์ 2553

เสนอรายงานวิจัยเมื่อ

พฤษภาคม 2553

7. แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาทำการวิจัย

| ช่วงเวลาที่ใช้ | กุมภาพันธ์ | | | | มีนาคม | | | | เมษายน | | | | พฤษภาคม | | | | |
|------------------------------|------------|----|----|---|--------|---|---|---|--------|---|----|---|---------|---|---|----|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1. การร่างเค้าโครงการวิจัย | ←→ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. พบอาจารย์เพื่อขอคำแนะนำ | ←→ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. ขออนุมัติโครงการวิจัย | | | | | ←→ | | | | | | | | | | | | |
| 4. ค้นหาข้อมูล แก้ไขข้อมูล | | ←→ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. จัดทำรูปเล่ม (3 บท) | | | ←→ | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. สร้างแนวคำถาม | | | | | ←→ | | | | | | | | | | | | |
| 7. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล | | | | | | | | | ←→ | | | | | | | | |
| 8. ประมวลผลข้อมูล | | | | | | | | | | | ←→ | | | | | | |
| 9. วิเคราะห์ข้อมูล | | | | | | | | | | | ←→ | | | | | | |
| 10. เขียนรายงานการวิจัย | | | | | | | | | | | | | ←→ | | | | |
| 11. รายงานผลการวิจัย | | | | | | | | | | | | | ←→ | | | | |
| 12. ผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ | | | | | | | | | | | | | | | | ←→ | |

วันที่เริ่มทำการค้นคว้าวิจัยในเดือน กุมภาพันธ์ 2553 และการค้นคว้าวิจัยมีกำหนดแล้ว
เสร็จในเดือน พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลาดำเนินการ 4 เดือน ตามรายละเอียดตามตารางที่ 1

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบระดับลึก โดยใช้ลักษณะคำถามแบบไม่มีโครงสร้าง รายละเอียดของคำถามเกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ โดยได้รับความอนุเคราะห์ การประสานงาน รวมถึงการให้สัมภาษณ์และบรรยายสรุปจากเจ้าของตลาดนัดคุณาวรรณ และผู้เกี่ยวข้อง และผู้วิจัยยังได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อทำการศึกษารูปแบบการจัดการ การดำเนินการกิจกรรมที่ทำให้ตลาดนัดคุณาวรรณมีความสำเร็จในการประกอบการ การสัมภาษณ์ข้อมูลนำเสนอในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็นส่วนได้ 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของตลาดคุณาวรรณ

ตอนที่ 2 รูปแบบของตลาดคุณาวรรณ

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดคุณาวรรณ

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการตลาดคุณาวรรณ และแนวทางการแก้ปัญหา

รายละเอียดการวิจัยแต่ละส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของตลาดคุณาวรรณ

ประวัติส่วนตัว เจ้าของและผู้บริหารตลาดนัดคุณาวรรณ

ชื่อ นามสกุล นายมานะ กาญจนแสนส่ง

สถานที่อยู่ 55 หมู่ที่ 7 ถนนมาลัยแมน ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอ
กำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

วันเดือนปีเกิด 28 มกราคม 2504

มัธยมศึกษา โรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร โปรรแกรมวิชาการ
พัฒนาชุมชน เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราช
ภัฏนครปฐม

ปัจจุบัน กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอกในสถาบันของรัฐแห่งหนึ่ง

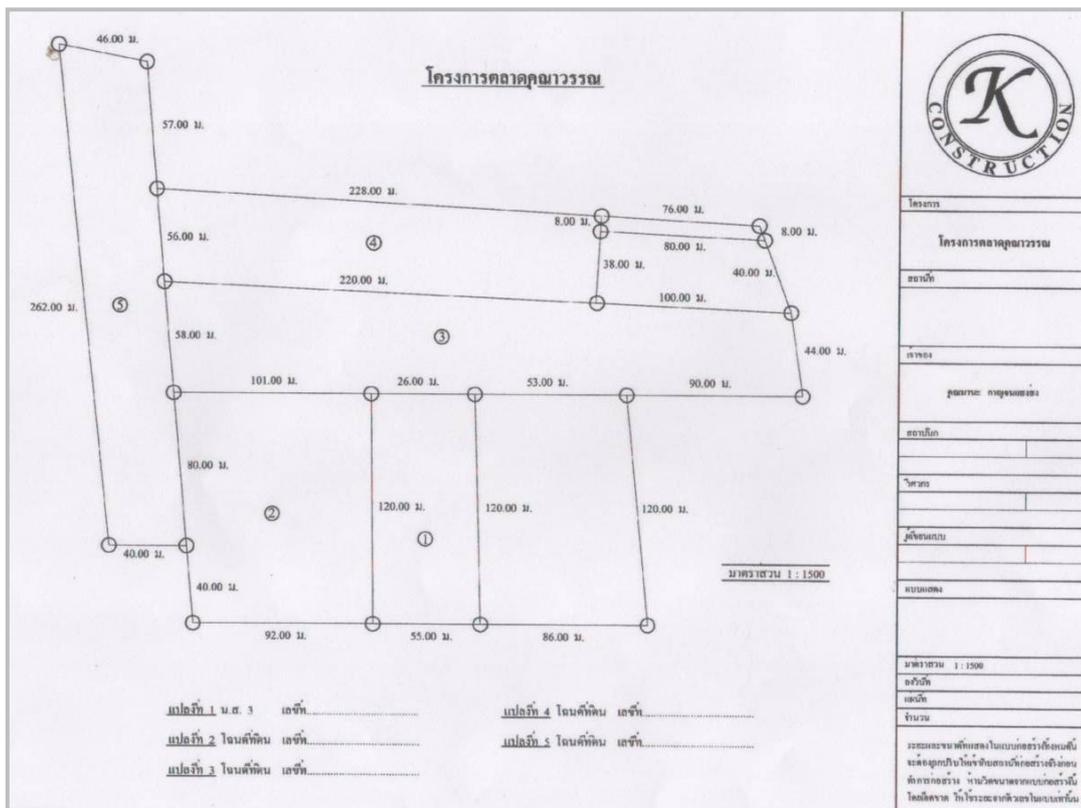
สถานที่ตั้งตลาดนัดคุณาวรรณ ตลาดนัดคุณาวรรณ ตั้งอยู่เลขที่ 55 หมู่ 7 ตำบลทุ่ง
กระพังโหม อำเภอกำแพงแสนจังหวัดนครปฐม ติดถนนมาลัยแมนใกล้กับบริเวณที่ว่าการอำเภอ
กำแพงแสน ห่างจากตัวจังหวัดนครปฐมประมาณ 25 กิโลเมตร การเดินทางจากตัวจังหวัดนครปฐม
ตามถนนมาลัยแมนมุ่งหน้าสู่อำเภอกำแพงแสน ตลาดนัดคุณาวรรณจะอยู่ด้านขวามือใกล้บรรทัด
ข้ามสถานีบริการน้ำมัน ปตท. หน้าเทศบาลกำแพงแสน ตลาดนัดคุณาวรรณ มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 37
ไร่ ในเขตอำเภอกำแพงแสน ตลาดคุณาวรรณเริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2549 รวมค่า
ที่ดิน และสิ่งก่อสร้างที่ดำเนินการไปแล้วประมาณ 149 ล้านบาท

อาณาเขตติดต่อกฎมศาสตร์

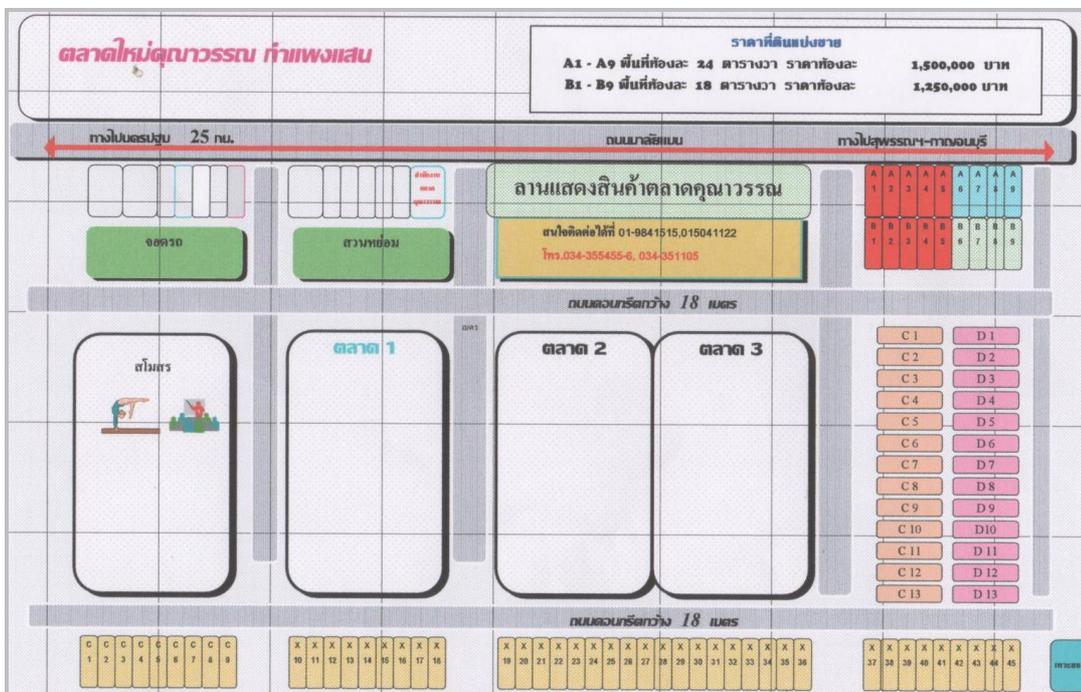
| | |
|-------------|---------------------------------|
| ทิศเหนือ | ติดต่อกับคลองท่าสารบางปลา |
| ทิศใต้ | ติดต่อกับที่ว่าการอำเภอกำแพงแสน |
| ทิศตะวันตก | ติดต่อกับเทศบาลตำบลกำแพงแสน |
| ทิศตะวันออก | ติดต่อกับหมู่บ้านวนิดา |

ตลาดคุณาวรรณอยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางคมนาคม ตำแหน่งของตัวตลาดอยู่ใกล้กับ
จุดตัดของถนนที่เดินทางมาจากด้านทิศเหนือคืออำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านทิศใต้
ติดต่อกับเขตของอำเภอเมืองนครปฐม และอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ทิศตะวันออกติดกับ
อำเภอคอนคา และอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ส่วนทิศตะวันตกมีพื้นที่ติดกับอำเภอท่ามะกา
จังหวัดกาญจนบุรี เส้นทางคมนาคมจากทุกทิศทางเป็นถนนลาดยางสามารถเดินทางสู่ตลาด
คุณาวรรณได้โดยสะดวก

ผังบริเวณและแบบแปลน ของตลาดนัดคุณาวรรณ แขนงผังแนวเขตที่ดินที่ใช้ประกอบการ
การตลาดนัดคุณาวรรณที่ผู้ประกอบการซื้อสะสมและรวบรวมมาเพื่อใช้เป็นสถานที่ประกอบการ
ตลาดคุณาวรรณ



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังแนวเขตที่ดิน จำนวน 37 ไร่ ที่ใช้ประกอบการตลาดคูมวารวม



ภาพที่ 2 แบบแปลนการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อการพาณิชย์ บริเวณตลาดคูมวารวม

การเริ่มต้นของตลาดคุณาวรรณ ตลาดคุณาวรรณ เริ่มประกอบการค้าขายตั้งแต่เริ่มแรก จนถึงปัจจุบัน นับเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีร้านค้าเช่าพื้นที่ค้าขายในบริเวณตลาดคุณาวรรณ มากกว่า 1,000 ร้านค้า ในวันอาทิตย์ ตลาดนัดคุณาวรรณใช้เงินทุนเริ่มต้นในการก่อสร้างไปมากกว่า 149 ล้านบาท จากการสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดคุณาวรรณ เกี่ยวกับอาชีพการงานก่อนเริ่ม ประกอบการตลาดคุณาวรรณอาชีพดั้งเดิมของครอบครัว ขายวัสดุก่อสร้างจำพวกฮาร์ดแวร์หรือสินค้าทั่วไปเรียกว่าขายเครื่องเหล็ก ยกเว้นสินค้าจำพวก ปูน หิน ทราย เท่านั้น นอกนั้นขายทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ทำงานด้านซื้อและขายวัสดุก่อสร้างได้ประมาณ 35 ปี หลังจากนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงในครอบครัว จึงได้หันมาทำธุรกิจใหม่ที่เป็นการค้าสร้างอาคารเพื่อจำหน่าย นอกเหนือจากอาชีพเดิมที่ขายวัสดุก่อสร้างแต่เพียงอย่างเดียว

ในปี 2538 เริ่มซื้อที่ดินเพิ่ม 4 ไร่โดยขอสินเชื่อจากธนาคารกรุงศรีฯ และขอวงเงินในการก่อสร้างอาคารพาณิชย์จำนวน 18 ห้อง รวมขอสินเชื่อตอนนั้นทั้งหมดประมาณ 27 ล้านบาท ต่อมาเมื่อเริ่มก่อสร้างอาคารพาณิชย์เสร็จ ก็ขายอาคารพาณิชย์ชุดแรกได้ 9 ห้องๆละประมาณ 2 ล้านบาทบาท และได้นำเงินไปซื้อที่ดินเพิ่มเติมอีกหลายครั้ง รวม 21 ไร่ ของเดิม 6 ไร่ รวมทั้งสิ้นเป็น 27 ไร่ ต้องใช้เงินซื้อที่ดินอย่างเดียวประมาณ 80 ล้านบาท ในปี 2540 (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

ตลาดนัดคุณาวรรณเริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2539 ขณะเดียวกันก็มีการประกอบอาชีพก่อสร้างอาคารพาณิชย์ สร้างสโมสร สร้างบ้านทาวน์เฮาส์ สร้างตลาดหลังละ 1 ไร่ 1 งาน สร้างไปพร้อมๆ กัน ควบคุมออกแบบการก่อสร้าง สั่งซื้อวัสดุสินค้าด้วยตนเอง และสุดท้ายก็จัดการเปิดตลาดได้สำเร็จตามเป้าหมาย แต่เมื่อหนึ่งสัปดาห์ผ่านไปสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่อยากจะให้มีก็เริ่มเกิดขึ้น เมื่อพ่อค้า และแม่ค้าเริ่มทยอยออกไป เริ่มจากตลาดเนื้อสัตว์ก่อนขายไม่ได้ สินค้าเน่าเสีย ต้องนำไปขายที่ตลาดอื่น ต่อมาตลาดผักก็ทยอยไปอีกร้านค้าเริ่มน้อยลง จนเหลือไม่กี่ร้าน ตลาดเสื้อผ้าสามารถอยู่ได้ยืนนานที่สุด และเมื่อเวลา 2 เดือนผ่านไปตลาดใหม่คุณาวรรณก็ต้องปิดตัวลงร้านค้า 400 กว่าร้าน โยกย้ายไปทั้งหมด ประจวบกับถนนมาลัยแมนด้านหน้าตลาดที่เป็นถนนสายหลักได้งบประมาณมาใหม่ เริ่มทำการก่อสร้างเป็นถนน 4 ช่องทางเดิน ถนนทั้งเส้นถูกรื้อถอน มีกองดิน หิน พร้อมทั้งฝุ่นที่เกิดจากการก่อสร้างทำให้การเดินทางสัญจรไม่สะดวกเพิ่มขึ้นมาอีก เป็นเหตุรวมที่ทำให้ตลาดคุณาวรรณต้องปิดการดำเนินงานลง

ต่อมามีผู้มาขอใช้พื้นที่ตลาดคุณาวรรณในการจัดตลาดนัดโดยแบ่งผลกำไรให้ทางตลาดร้อยละ 20 ของรายได้ที่ได้จากการเก็บจากร้านค้าที่มาขายสินค้าในตลาดนัด มีกำหนดสัญญา 1 ปี สำหรับการดำเนินการ

ผมบอกตอบตกลงโดยทันที โดยแทบจะไม่ต้องคิดไตร่ตรองอะไรเลย แต่พอเริ่มทำ ก็มีพ่อค้าแม่ค้ามาขายบ้างลุ่มๆ ดอนๆ น้อยเกินกว่าที่จะเก็บสตางค์แม่ค้าได้ (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

หลังจากนั้นมาก็มีผู้มาขอเช่าพื้นที่เพื่อจัดทำตลาดนัดเป็นระยะๆ ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไป เจ้าของตลาดคุณาวรรณเองและครอบครัว ตลอดจนเพื่อนๆ ต้องนำสินค้าที่ใช้แล้วหรือที่เรียกว่าสินค้ามือสองมาร่วมกับบรรดาพ่อค้า และแม่ค้า ขายกับเขาในตลาดนัดด้วย อย่างไรก็ตามจำนวนผู้คนที่มาใช้บริการกลับค่อยๆ ททยลดลงอีกเรื่อยๆ

จึงมีความคิดว่าต้องทำอะไรสักอย่าง เพื่อช่วยพ่อค้าแม่ค้า และคนจัดตลาดนัดให้อยู่ตลอดรอดไปให้ได้ ทำให้มีความคิดขึ้นมาสิ่งๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จต้องใช้เรื่องการบริหารจัดการคือ การทำให้ผู้ซื้อพบกับผู้ขาย แต่ที่ผ่านๆ มามีผู้ขายแล้วแต่ยังขาดผู้ซื้อ (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

สิ่งที่ทำได้ทำให้มีผู้ซื้อคือการทำให้ผู้คนรู้ว่าจะหาซื้ออะไร ซื้อได้ที่ไหน ซื้อได้เมื่อไร และซื้อไปได้อย่างไร สิ่งเหล่านี้ต้องมีการทำให้ผู้ซื้อรู้ได้ด้วยการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เพื่อให้สถานการณ์ดีขึ้น และพลิกฟื้นกลับมาโดยเร็ว (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

หลังจากนั้นเริ่มทำการประชาสัมพันธ์ ทำการโฆษณา ทั้งโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 หนังสือพิมพ์ วิทยุภูมิภาค วิทยุชุมชน ป้ายโฆษณา ใบปลิว ลดราคาเช่าพื้นที่ แคมเปญต่างๆ สร้างกฎระเบียบให้เอื้อต่อการค้าขาย หลังจากนั้นทำให้ผลประกอบการที่ดีขึ้น ผู้ซื้อสินค้าเริ่มเข้ามาจากหลายๆ พื้นที่ ตลาดเริ่มมีชื่อเสียงขึ้นมีพ่อค้า และแม่ค้าตลอดจนผู้มาใช้บริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง พ่อค้าแม่ค้าอยู่ในระดับ 150 ราย เมื่อครบกำหนดสัญญาที่ตกลงกับนักจัดการตลาดนัด ที่มาเช่าพื้นที่ตลาดก็ต้องเข้ามาบริหารแทน โดยดำเนินตามแผนการที่เตรียมไว้อย่างต่อเนื่อง เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ต่อมาตลาดก็เปลี่ยนชื่อจากคลองถม 2 มาใช้คำว่า “คลองถมคุณาวรรณ”

ร้านค้าเริ่มเพิ่มขึ้นมาเป็น 300 ร้านค้า ในวันอาทิตย์และวันอังคาร และอีก 1 ปีต่อจากนั้นเป็นปีที่ 3 ร้านค้าก็เพิ่มขึ้นมา เป็น 500 ร้านค้า ปีที่ 4 ตลาดคุณาวรรณ เพิ่มวันศุกร์อีก 1 วัน เป็น 3 วัน มีตลาดนัดคลองถมที่มีร้านค้าถึง 900 ร้านค้าในวันอาทิตย์ 400 ร้านค้าในวันอังคาร และ 250 ร้านค้าในวันศุกร์ตามลำดับ (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

ตอนที่ 2 รูปแบบของตลาดคุณาวรรณ

รูปแบบและลักษณะของตลาด ตลาดนัดคุณาวรรณ เป็นรูปแบบของตลาดที่มีเฉพาะวันที่ทำการนัดกัน ในวันอาทิตย์ วันอังคาร และวันศุกร์ ลักษณะทางกายภาพเป็นตลาดบก ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์ของชุมชนชาวกำแพงแสนที่อยู่บนพื้นที่ราบกว้างใหญ่ห่างจากแม่น้ำ ลักษณะทางการคมนาคมใช้การสัญจรทางบกหรือเดินทางด้วยรถยนต์ รถจักรยานยนต์เป็นส่วนใหญ่ มีถนนมาลัยแมนอยู่ด้านหน้าตลาด ติดกับตลาดคุณาวรรณมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่คือห้างเทสโก้ โลตัส บ้านเรือนประชาชนเขตเทศบาลอำเภอกำแพงแสน หน่วยงานราชการ โรงเรียนที่อยู่บริเวณใกล้เคียง หน่วยงานราชการประจำอำเภอ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน สนามบินฐานทัพอากาศกำแพงแสน และร้านค้าในเขตเทศบาลรายรอบ

ผู้มาใช้บริการ ส่วนมากเป็นหญิงมากกว่าชาย มาใช้บริการเป็นกลุ่มครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือกลุ่มที่มีวัยใกล้เคียงกัน อายุเฉลี่ยของผู้มาใช้บริการอยู่ในช่วง 15-35 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้านค้าที่มาขายในตลาดนัดมากที่สุดเป็นร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป ไม่ว่าจะเสื้อผ้าวัยรุ่นตามสมัยนิยม เสื้อผ้าของผู้คนแต่ละวัย ตั้งแต่เสื้อผ้าเด็ก และเสื้อผ้าของผู้คนที่นิยมในชุมชน รองลงมาของร้านค้าในตลาดเป็นร้านขายอาหาร ส่วนของร้านค้านี้อยู่ด้านหน้ามีพื้นที่ตลาดติดกับถนนมาลัยแมนผู้บริโภคมารับบริการเลือกซื้ออาหารกันอย่างเนืองแน่นตั้งแต่ช่วงเวลา 16:00 นาฬิกาโดยประมาณ ตามข้อมูลของโครงการตลาดนัดนำซื้อเครือข่ายโรงพยาบาลกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ปีงบประมาณ 2552 ระบุว่ามีย่านอาหารอยู่ถึง 103 ร้านค้าที่ทำการสำรวจในวันศุกร์ ส่วนที่เหลือมีร้านค้าหลากหลายไม่ว่าจะเป็นร้านสินค้ามือสอง ร้านค้าของเก่าสะสม ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือช่าง อุปกรณ์รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ อีกมากมาย

รูปแบบ ประเภทของร้านค้าและผลิตภัณฑ์ ตลาดคุณาวรรณ เป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่ที่ไม่ใช่การผลิตสินค้า แต่เป็นแหล่งรวบรวมสินค้า ด้วยการจับคู่กลางจำนวนมากนำสินค้านี้รูปแบบต่างๆ กัน นำเข้ามาจำหน่ายในที่เดียวกัน ด้วยจำนวนของพ่อค้า และแม่ค้ามากกว่า 1,000 ร้านค้า มีการหมุนเวียนของผู้มาจับจ่ายใช้สอยนับหมื่นคนในวันอาทิตย์ มีการหมุนเวียนของกระแสเงินสดจำนวนมากในแต่ละวัน

บางทีการคาดเดาของเราก็ไม่ทราบเลยว่า มีการหมุนเวียนเงินเป็นจำนวน 4-5 ล้านบาท ต่อคืนต่อวัน ในพื้นที่ตลาด 37 ไร่ กลางใจเมืองกำแพงแสน ซึ่งไม่ได้อยู่ใจกลางเมืองนครปฐม (มานะ กาญจนแสนส่ง 2553)

การค้าขายมีความน่าสนใจที่มีประเภทของสินค้า และมีพ่อค้า แม่ค้า จำนวนมากกว่า 1,000 ราย ลูกค้าที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยจำนวนนับหมื่นคน มาซื้อขายเป็นประจำในช่วงเวลา โดยประมาณ 4 โมงเย็น ถึง 4 ทุ่ม ทุกวันอาทิตย์ วันอังคารและวันศุกร์ นับเป็นตลาดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคนี้ ที่มีบริษัทห้างร้าน ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์ ของกินของใช้ ของฝาก จากทั่วทุกภูมิภาคมาจัดจำหน่ายให้ซื้อหา ทั้งเครื่องเขียนแบบเรียน เครื่องใช้ เครื่องมือ เครื่องมือช่างไฟฟ้า ช่างไม้ ช่างเหล็ก ช่างปูน ช่างสี โทรทัศน์ วิทยุบ้าน วิทยุติดรถยนต์ เครื่องเสียง เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องซักผ้า อุปกรณ์แต่งรถจักรยานยนต์ เครื่องยนต์ โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือ เครื่องมือช่างซ่อมรถ ส่วนไฟฟ้า แม่แรง บล็อกถอดล้อ เสื้อผ้าจากตลาดโบเบ๊ ตลาดพาหุรัด ตลาดโรงเกลือ อาหารการกิน สินค้าพื้นเมือง อีกหลากหลายพันธุ์ไม้ ไม้มงคล ไม้ดอก ไม้ประดับ สัตว์เลี้ยง ปลาสวยงาม ฯลฯ

รูปแบบการบริหารงานในตลาดนัดคุณาวรรณ การบริหารการค้าและการภายในตลาดคุณาวรรณ ในส่วนของผู้ที่มีความสนใจ ต้องการเข้ามาขายสินค้า ขึ้นต้นต้องเข้ามาดูและจองสถานที่ ทำเลค้าขายแจ้งประเภทสินค้าที่ขายให้แก่ฝ่ายดูแลบริหารจัดการเรื่องแผนผังพื้นที่ของตลาดเพื่อกำหนดพื้นที่ให้ขายแก่ผู้ต้องการขายสินค้า

ผู้มาใช้บริการประกอบไปด้วยผู้คนที่มีมาจากหลากหลายอาชีพ หลากหลายกลุ่มวัย เพศ และสถานที่ มีทั้งในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง จากการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการของตลาดคุณาวรรณ สรุปแยกเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

กลุ่มผู้บริหาร เป็นผู้ควบคุมดูแลกระเบียบในการอยู่ร่วมกัน เป็นเจ้าของตลาดและบริหารจัดการ การดำเนินการ ออกความคิดเห็นมอบนโยบาย หลักการในการบริหารจัดการตลาด ทั้งทางวาจา และรูปแบบลายลักษณ์อักษร ออกกฎระเบียบด้านต่างๆ เพื่อให้การค้าขายในตลาดคล่องตัวสามารถขยายธุรกิจของร้านค้าที่มาร่วมค้าร่วมประกอบการด้วยกัน และพัฒนาธุรกิจการทำตลาดคุณาวรรณให้เติบโตอย่างยั่งยืน

กลุ่มผู้ดูแล มีหน้าที่ประสานงาน ความเรียบร้อยในการจัดตลาดนัดคุณาวรรณมีจำนวนประมาณ 30 คน ตั้งแต่เจ้าหน้าที่ทำงานประจำมีหน้าที่ จัดหาช่องว่างแฉ่งจำหน่าย จัดเก็บรายได้ และเจ้าหน้าที่ ที่มาช่วยเสริมดูแลประสานงานในวันที่มีการเปิดตลาดนัดมีหน้าที่ ตรวจสอบระบบไฟฟ้า จัดเก็บค่าไฟฟ้า เจ้าหน้าที่ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ดูแลระบบจราจร รวมไปถึงผู้ดูแลเรื่องความสะอาดจัดเก็บขยะหลังจากตลาดเลิกหรือปิดประมาณ 23.00 น. ผู้ดูแลและประสานงานปกติมีงานทำเป็นอาชีพประจำแล้ว ยังมีรายได้เสริมที่แน่นอนในการมาช่วยงานในตลาดนัดคุณาวรรณทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ผู้บริหารอีกท่านหนึ่งเป็นผู้บริหารดูแลทั้งร้านขายยามานะเก็ชและเป็นสำนักงานของตลาดนัดคุณาวรรณด้วย มีสถานที่อยู่ในบริเวณเดียวกันกับตลาดนัดคุณาวรรณ ให้คำแนะนำถึงการจัดการด้านการเก็บชำระเงินค่าเช่าพื้นที่ตั้งร้านค้าในตลาดคุณาวรรณ โดยให้ข้อมูลว่า

การเก็บเงินโดยแบ่งพนักงานแยกเป็นโซนพื้นที่รับผิดชอบ แบ่งเป็นโซนร้านอาหาร โซนเสื้อผ้า เครื่องมือเครื่องใช้ โดยที่ส่วนด้านหน้าคือร้านอาหารเริ่มก่อนประมาณสี่โมงเย็น ถ้าหลังจากนี้คนจะแน่น ทางสำนักงานตลาดจะมีแบบแปลนร้านค้าทั้งชื่อผู้ขายและประเภทสินค้าที่ขาย บันทึกรายการเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ เพื่อสะดวกต่อการบริหารจัดการอีกทางหนึ่ง หากภาคสนามมีปัญหาจะช่วยลงไปช่วยจัดการให้ (สุลี กาญจนแสนส่ง 2553)

ในส่วนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในตลาดนัดคุณาวรรณ ผู้วิจัยได้สังเกตควบคู่กับการปฏิบัติการภาคสนามในการเก็บเงิน โดยเจ้าหน้าที่ที่เก็บเงินโซนร้านอาหารนี้ให้ข้อมูลว่า

การเก็บเงินจะเริ่มโดยประมาณ 16:00 น. เมื่อเริ่มเดินไปถึงร้านค้า เป็นที่รู้กันบรรดาพ่อค้าแม่ค้าจะเตรียมเงินสดไว้เพื่อจ่ายให้เท่ากับจำนวนพื้นที่ๆ ใช้งานในการตั้งร้าน พูดจาล้อเล่นกันได้สนิทกัน เมื่อรับเงินแล้วจะจ่ายใบรับเงินให้ตามจำนวนเงินที่รับมา ในโซนร้านอาหารนี้ ก็จะมีร้านค้าประเภทอื่นปะปนอยู่บ้างแต่จำนวนไม่มากนัก ส่วนโซนเสื้อผ้าข้าวของเครื่องใช้อื่นๆ ก็จะมีวิธีการดำเนินการเช่นเดียวกัน แต่ความหนาแน่นของผู้คนจะมีน้อยกว่าโซนร้านอาหาร ระยะเวลาเก็บเงินจะแล้วเสร็จในเวลา 19:00 น. โดยประมาณ และจะมีพนักงานอีกชุดหนึ่งจะทำการเรียกเก็บชำระเงินค่าใช้บริการไฟฟ้าตามจำนวนดวงโคมที่ใช้จริงในแต่ละร้าน (หนึ่ง คุณาวรรณ 2553)

ระบบการตรวจสอบการจัดการด้านการเงินมีเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นญาติกับเจ้าของตลาดมาช่วยสุ่มตรวจสอบการเรียกเก็บชำระเงิน โดยดูจากผังของตลาด เปรียบเทียบกับใบเสร็จรับเงินที่ทางร้านค้าได้รับไว้แล้วอีกครั้งหนึ่ง ในบางเวลาผู้บริหารเองมีการออกพื้นที่ให้บริการเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อย ความต้องการของผู้มาใช้บริการในพื้นที่ตลาดนัดด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาการประกอบการต่อไปอีกด้วย

พ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด กลุ่มพ่อค้า และแม่ค้าที่มาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมีประมาณมากกว่าหนึ่งพันร้านค้า และสินค้าหลายชนิด ความน่าสนใจของผู้ขายอยู่ที่ตลาดขนาดใหญ่ พื้นที่ขายสินค้านี้มีมาก จำนวนผู้บริโภคสูง สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองได้ง่าย พื้นที่เช่า

ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับตลาดพื้นที่ข้างเคียงและรายได้จากการประกอบการ สร้างรายได้และผลตอบแทนเป็นสิ่งที่พึงพอใจ สามารถเลี้ยงชีวิตและครอบครัวได้อย่างมีความสุข

ผู้มาค้าขายในตลาดนัดคุณาวรรณส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าอาชีพ หมายถึงยึดการประกอบการค้าขายในตลาดนัดอย่างจริงจัง ส่วนมากพ่อค้าแม่ค้าที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่บริเวณไม่ไกลจากตลาดคุณาวรรณมากนัก จากข้อมูลของทางตลาดนัดคุณาวรรณที่ได้ทำการวิจัยพบว่ายอดขายสินค้าต่อวันของผู้ขายสินค้าในตลาดนัดคุณาวรรณมีดังนี้

| | | |
|--------------------|--------|-------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | ร้อยละ | 65.60 |
| 5,001 - 15,000บาท | ร้อยละ | 24.80 |
| 15,001 - 25,000บาท | ร้อยละ | 5.70 |
| 25,001 - 35,000บาท | ร้อยละ | 1.40 |
| 35,001 บาท ขึ้นไป | ร้อยละ | 2.50 |

(มานะ กาญจนแสนสัง 2552 : 46)

จากข้อมูลพื้นฐานข้างต้นสรุปได้ว่าร้านค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไปมีจำนวนรวมกันได้ ถึงร้อยละ 34.4 ถ้าคิดจากข้อมูลร้านค้าที่มีอยู่ที่หนึ่งพันราย มีครอบครัวของร้านค้าที่มาขายในตลาดนัดคุณาวรรณที่มีรายได้ มากกว่า 5,000 บาท ต่อวัน ถึง 344 ครอบครัวโดยประมาณ นับว่าเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี จากการสัมภาษณ์พ่อค้า และแม่ค้าที่มาขายสินค้าในตลาดนัดโดยเน้นคำถามไปในด้านความต้องการให้ทางผู้บริหารตลาดนัดสนับสนุนสิ่งใดเพิ่มเติมจากสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนมากให้คำตอบไปในทางเดียวกันว่ามีความพึงพอใจที่ทางตลาดให้บริการแล้ว

ตลาดอยู่ใกล้บ้านอยู่สามง่าม ดอนตูม จังหวัดนครปฐมเช่นเดียวกัน มาทำการขายที่ตลาดคุณาวรรณทั้ง 3 วัน ส่วนวันอื่นๆ จะไปขายของประเภทแนวสวยงาม ที่ห้างเทสโก้โลตัส ทำการขายที่แห่งนี้มา 4 ปี แล้ว ผู้คนที่เข้ามาใช้บริการจะมีทุกเพศทุกวัย ถ้าหลัง 17:00 น. จะมีผู้คนแน่นมาก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทางตลาดจัดให้ดีแล้วทั้งห้องน้ำ ระบบไฟฟ้า สถานที่จอดรถ ไม่มีปัญหาใดๆ ที่ต้องการอีก (พินิจ น้ำสินทอง 2553)

ตลาดนัดเชื่อว่าจะมีสินค้าคุณภาพต่ำหรือราคาไม่สูงเสมอไป ผู้วิจัยเองได้พบกับร้านเครื่องหนังซึ่งทำจากหนังจระเข้ ที่มีฟาร์มอยู่ใกล้เคียงกับตลาดคุณาวรรณ มีตัวแทนบริษัท ชื่อ คุณแรม มาคอยให้บริการอยู่ สินค้าร้านนี้มีผลิตภัณฑ์ที่ทำจากจระเข้ ทั้งเครื่องหนังส่วนประกอบอวัยวะร่างกายใส่พวงกุญแจ เนื้อจระเข้แช่แข็ง ผู้วิจัยเองได้ทำการซื้อกระเป๋าเดินทางหนังจระเข้ ที่ดูแล้วมีคุณภาพดี ฝีมือการเย็บประณีต แต่ก่อนซื้อได้ถามผู้บริหารตลาดก่อนว่าเป็นของคุณภาพดีของแท้

หรือไม่ ก็ได้รับคำยืนยันว่าเป็นของคุณภาพดี เป็นสินค้ามาจากฟาร์มในจังหวัดนครปฐมใกล้เคียงกับตลาด ฟาร์มนี้เป็นส่วนหนึ่งของฟาร์มใหญ่ในสมุทรปราการที่เป็นฟาร์มจระเข้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ใกล้เคียงกัน ได้มีร้านขายอาหารประเภทไก่ทอด ภายในร้านมีการตั้งกระทะหลายใบเต็มไปด้วยน้ำมัน และไก่ทอดประเภทต่างๆ ทั้งเนื้อไก่ ซีโรงไก่ชุบแป้งทอดทั้งตัว ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า

เดินทางมาจากโพธาราม ราชบุรี ขายไก่ทอดมาตั้งแต่ตลาดคุณาวรรณเริ่มเปิด ระยะเวลาโดยประมาณ 10 ปี ขายทั้ง 3 วันที่ตลาดคุณาวรรณเปิดเช่นเดียวกัน การทอดไก่จะทำการทอดในสถานที่ที่ถึงสิ้นไม่มีการทอดมาจากบ้าน เพื่อความสดใหม่ของอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้า เริ่มมาตั้งแต่ประมาณเที่ยงวัน จนขายหมดไก่ที่นำมา ประมาณ 3 ทุ่มก็จะหมด วันที่ขายดีที่สุดว่าเป็นวันที่มีฝนตก ผู้คนที่มาจับจ่ายใช้สอยซื้อหาสินค้าจะรีบลงมาช่วงที่ฝนหยุด รีบซื้อกันราคาขายไก่ทอดทั้งตัวร้านตั้งราคาไว้ที่ 59 บาทต่อตัว (สมนึก ร้านไก่ทอด 2553)

ตอนนี้ไม่มีอะไรแล้วทางตลาดทำให้ดีแล้ว หรือถ้าจะขออีกอย่างก็คือเรื่องที่จอดรถที่ยังไม่ค่อยเรียบร้อยนัก (เป็อก เสื้อผ้าวัยรุ่น 2553)

กับคำถามในลักษณะเดิมที่ว่าผู้มาค้าขายมีความพึงพอใจหรือความต้องการสิ่งใดที่ทางตลาดสามารถตอบสนองให้กับพ่อค้าและแม่ค้า ที่มาค้าขายในตลาดนัดคุณาวรรณเพิ่มขึ้นอีก ผู้ให้ข้อมูลอีกรายให้ข้อมูลว่า

เคยแจ้งทางตลาดไปแล้วเกี่ยวกับเรื่องห้องน้ำน้อย และไม่สะอาด แล้วก็ต่อไฟฟ้ายาก แต่ตอนนี้เขาแก้ไขแล้ว ตอนนี้ก็ไม่มีอะไร ขายของได้ก็พอใจแล้ว (หนู ร้านรองเท้า 2553)

ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า ในตลาดนัดคุณาวรรณกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนมากเดินทางมาพร้อมกันตามวัน เวลาทำการของตลาด คือ วันอาทิตย์ วันอังคาร และวันศุกร์ ในช่วงเวลาช่วงบ่ายของวัน ประกอบไปด้วยผู้คน ทุกกลุ่มทุกวัย แม้กระทั่งเด็กเล็ก กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยรุ่น ชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมไปถึงพระภิกษุสงฆ์ จากการพูดคุยระหว่างผู้วิจัยและผู้มาใช้บริการพบว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการตลาดนัดคุณาวรรณ มาจากเหตุผลดังนี้

สนใจสินค้าที่จำหน่ายมาก สินค้าราคาถูก มีคุณภาพและทันสมัย เกิดจากการแข่งขันทางการค้าที่มีหลากหลาย

ตลาดมีพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในตลาดคุณาวรรณ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยให้

กลุ่มวัยรุ่นสนใจเกี่ยวกับ เสื้อผ้าแฟชั่น โทรศัพท์มือถือ ร้านขายของที่ระลึก และ อุปกรณ์แต่งรถจักรยานยนต์

กลุ่มเด็กชอบมาวิ่งเล่น และมีเครื่องเล่นมากมายให้เล่นโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และมีพ่อค้านำเครื่องเล่นมาให้บริการในสิ่งที่แตกต่างออกไป เช่น รถซิ่ง ซิ่งซ่า ม้าหมุน และเครื่องเล่นสำหรับให้ตัวลื่นลงมา

ที่จอดของห้างเทศโก้โลดัลส์ ที่มีทางเชื่อมถึงกัน มาถึงกรณีที่จอดรถ สังเกตเห็นได้ว่ามีผู้คนเดินสลับไปมาระหว่างห้างเทศโก้โลดัลส์ และตลาดคุณาวรรณ โดยไม่สามารถทราบได้ว่าการแลกเปลี่ยนลูกค้าระหว่างกันมากน้อยเพียงใด ส่วนผู้มาซื้อสินค้าทั่วไปให้เหตุผลของการมาซื้อสินค้าในตลาดคุณาวรรณดังนี้

มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย อยู่ใกล้ที่บ้าน ใกล้ที่ทำงาน การเดินทางไปมาสะดวก เป็นทางผ่านกลับบ้าน สินค้าราคาถูก บรรยากาศโล่งสบาย ชอบซื้อของที่อยู่เป็นร้านค้าแผงลอย ช้างในตลาดที่เป็นอาคารคิดว่าน่าจะแพงกว่าข้างนอก (ศรีสุดา แจ่มศรี และคณะ 2553)

ชอบซื้อเครื่องมือ ของใช้มือสองแบบคลองถม แล้วก็ไม่ต้องไปไกลถึงคลองถมในกรุงเทพฯ ของก็เหมือนๆ กัน ราคาก็ไม่ต่างกันมาก มาเดือนละครึ่งเพราะบ้านอยู่ไกลอยู่ที่คอนเจดีย์ สุพรรณฯ (ศักดิ์ศรี อินทร์บำรุง 2553)

มากับพ่อบ้าน ส่วนมากมาซื้ออาหาร ของสด ของแห้ง ของใช้ในบ้านในครัว กระจเป็ารองเท้ามีบ้างบางครั้งจำนวนเงินที่ใช้แต่ละครั้งไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับของที่ซื้อถ้าของใหญ่พวกปืมน้ำก็ใช้เงินมากหน่อย (วิไล อินทร์บำรุง 2553)

มาซื้อเฟืองหน้า กับเฟืองท้ายเสตนเลส รถมอไซค์ครับ มีของให้เลือกเยอะดี คนขายเขาช่วยแต่งให้ด้วย ของแท้ไม่มีหрокที่พวกอุปกรณ์ตกแต่งรถพวกนี้ ของแท้ต้องออกจากบริษัทที่ขายรถ เขาจะทำแต่อะไหล่เดิมๆ แบบติดรถ (ต่าย กำแพงแสน 2553)

ไม่ได้แต่งซิ่งแข่งหрокครับ แต่งเอาไว้ไปคุยไปอวดกันมากกว่า หรือไม่ก็โซว์สาว มีเป็นแก๊งส์เลยครับ แก๊งส์ผมประมาณ 20 คัน น่าจะได้ ของราคาไม่แพง มีแบบใหม่ๆ ให้เลือกก่อนที่อื่น (เสก หนองงูเห่ล้อม 2553)

รูปแบบ ข้อปฏิบัติ กฎระเบียบ การใช้บริการตลาดคุณาวรรณ ตลาดคุณาวรรณเปิดให้ พ่อค้า แม่ค้าที่สนใจมาค้าขาย แต่ต้องยึดหลักปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ทางตลาดได้วางไว้ โดยการ ถ่ายทอดทางวาจา และเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นเอกสารแจ้งให้ทราบโดยทั่วกัน เช่น

พ่อค้า และแม่ค้าต้องจองแผงขายสินค้าทุกครั้งล่วงหน้าก่อนวันที่มาขาย 1 สัปดาห์ เช่น ขายวันอาทิตย์ต้องจองวันอาทิตย์นี้เพื่อขายในวันอาทิตย์หน้าในราคา 100 บาทต่อแผง

พ่อค้า แม่ค้าที่ไม่จองแผงขายสินค้าล่วงหน้าไว้ต้องเสียค่าขายสินค้าในพื้นที่แผงละ 120 บาทต่อแผง

พ่อค้า แม่ค้าต้องเข้าพื้นที่ขายสินค้าก่อนเวลา 15.00 น.

พ่อค้า แม่ค้าต้องใช้ไฟฟ้า แสงสว่าง เป็นหลอดชนิดประหยัดสีขาว ใช้ได้แผงละไม่เกิน 100 วัตต์ ถ้าเกินจากนี้ตลาดคิดค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสมจากการใช้งานจริง โดยเจ้าหน้าที่ที่ดูแล เรื่องไฟฟ้า

พ่อค้า แม่ค้าไม่สามารถนำแผงที่จองไปจำหน่ายให้กับบุคคลอื่น หากทางตลาดทราบจะ ตัดสิทธิ์ในการจำหน่ายสินค้าพื้นที่นั้น

รูปแบบการถ่ายทอดมาตรการควบคุมทางสังคม การยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาใน ลักษณะของจารีตประเพณี ได้ถูกถ่ายทอดมาสู่สังคมของการอยู่ร่วมกันในตลาดนัดคุณาวรรณด้วย เช่นกัน เมื่อผู้ดูแลถ่ายทอดกฎระเบียบให้กับ พ่อค้า และแม่ค้ารับทราบกฎระเบียบจากรุ่นแรกๆ แล้ว การถ่ายทอดทางสังคมก็เกิดขึ้นเพราะทุกคนมีการรับรู้กฎระเบียบร่วมกัน ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน หาก พบว่าบุคคลใดทำผิดกฎระเบียบ พ่อค้า แม่ค้าด้วยกันเองก็นำกฎระเบียบมาใช้เตือนผู้กระทำผิดเพื่อ เป็นการควบคุมตรวจสอบกันเอง เป็นการรักษาความยุติธรรมภายใต้กฎระเบียบที่ตั้งไว้ อีกประการ หนึ่งมีเจ้าหน้าที่คอยสอดส่องดูแลเกี่ยวกับการประพฤติปฏิบัติของแม่ค้าให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่ มีอยู่

การมีส่วนร่วม และให้บริการต่อสังคม ตลาดคุณาวรรณมีการจัดกิจกรรมเป็นประจำทุก ปี เพื่อให้พ่อค้า และแม่ค้าทำบุญประจำปีด้วยกัน โดยการบริจาคทรัพย์คนละเล็กละน้อย หรือร่วม แรงกายแรงใจในการทำบุญทำกุศลถวายภัตตาหารแด่พระภิกษุสงฆ์จำนวน 200-300 รูป และสร้าง พระพุทธรูปขนาดใหญ่เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่พ่อค้า แม่ค้า จัดให้มีดนตรีลูกทุ่ง การแสดงดนตรี เพื่อให้พ่อค้า แม่ค้า และประชาชนทั่วไป ได้มีส่วนร่วมในการเข้าชมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการจับฉลากแจกรางวัลเป็นสร้อยคอทองคำ และรางวัลอื่นๆ ให้แก่ผู้ที่มาจับจ่าย สินค้า โดยเขียนชื่อที่อยู่นำไปใส่กล่องชิงโชคแล้วนำมาจับรางวัลหาผู้โชคดี เป็นครั้งคราวไป มีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับเรื่องในหน่วยงานราชการ หรืองานบุญ งานกุศล เช่น งานผูกพันธสีมา ปิดทองฝังลูกนิมิต หรือการเปิดการเรียนการสอนฝึกอาชีพของ

กรมพัฒนาแรงงานจังหวัดนครปฐม ข้าราชการเรียนการสอนของโรงเรียนเทคโนโลยีนครปฐม และแม้กระทั่งงานประจำปีปิดทองวัดห้วยจรเข้ม้าหรืองานอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ ทางตลาดก็ได้ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นๆ

รูปแบบการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกันในตลาดนัดคุณาวรรณ ตลาดได้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางประกาศโฆษณาให้พ่อค้า แม่ค้า และลูกค้าให้เกิดความสะดวกเมื่อเกิดมีปัญหาเช่น จอครถกีดขวางการจราจร เด็กพลัดหลงจากผู้ปกครอง กระแสไฟฟ้าขัดข้อง จัดให้มีหน่วยปฐมพยาบาล บริการแก่พ่อค้า แม่ค้า และลูกค้าที่มาใช้บริการที่ตลาดคุณาวรรณ มีสิ่งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือจ่ายตามความเป็นจริง ตลาดจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ คอยสอดส่องดูแลความสงบเรียบร้อยของพ่อค้า แม่ค้า และประชาชนที่มาใช้บริการให้เกิดความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ให้บริการน้ำดื่ม น้ำใช้ ห้องสุขาไว้ให้ใช้บริการอย่างเพียงพอ จัดให้มีที่จอดรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ให้จอดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีการดูแลรักษาความปลอดภัยและจัดระเบียบของการจอด พ่อค้า แม่ค้า ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยผู้ที่มีกำลัง และความสามารถมากกว่า เช่น ผู้ชายมักช่วยเหลือผู้ที่มีกำลังหรือความสามารถน้อยกว่าผู้หญิง เมื่อคราวเดือดร้อน อย่างในกรณีฝนตก ฝ่ายชายได้ช่วยผู้หญิงเก็บของ เก็บสินค้า เช่น เสื้อผ้า ซึ่งเป็นภาพที่น่าประทับใจอย่างยิ่ง หรือมีรถของพ่อค้าแม่ค้าเสียก็ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนสามารถเดินทางกลับสู่ที่หมายได้ พ่อค้า แม่ค้าช่วยเหลือตลาดคุณาวรรณโดยการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ได้ตั้งไว้ เช่น ไม่ใช้ไฟเกิน ใช้ไฟตามที่กำหนด หรือ เข้า-ออกพื้นที่ขายตามวันเวลาที่กำหนดไว้ หรือ ตลาดขอความร่วมมือให้ช่วยกันรักษาความสะอาดก็ปฏิบัติตามร่วมกันเป็นอย่างดี

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดคุณาวรรณ

ผู้บริหารตลาดคุณาวรรณได้กำหนดแผนกลยุทธ์การประกอบการไว้หลายด้านดังนี้

3.1 วิสัยทัศน์ ต้องการเป็นศูนย์รวมของการค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค

3.2 พันธกิจ จำหน่ายสินค้าทุกประเภทที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการในการดำเนินชีวิต และสามารถตอบสนองผู้บริโภค , พัฒนาพื้นที่รองรับการขยายตัวของตลาด และได้มาตรฐานสากล การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดในปัจจุบัน

3.4 เป้าหมาย ต้องการขยายพื้นที่จากเดิมมีพื้นที่ 37 ไร่ ขยายเพิ่มอีก 10 ไร่ จำนวนร้านค้าเพิ่มเป็น 1,500 ร้านค้า มีเงินทุนหมุนเวียนในตลาดประมาณขั้นต่ำ 15,000,000 บาท/เดือน

3.5 นโยบาย ความต้องการที่ให้ตลาดมีสินค้าหลากหลาย ผู้ที่มาค้าขายมาจากหลายอาชีพ มีพ่อค้า และแม่ค้า จำนวนมากในพื้นที่ขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมการค้าทุกชนิดให้ประชาชน พ่อค้า แม่ค้า เลือกรายสินค้าตามความถนัดหรือตามความต้องการของผู้บริโภคโดย

คำนึงถึงความสะอาดถูกสุขลักษณะ ต้องการให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าที่ตลาดคุณภาพซึ่งมีสินค้าหลายประเภทตามความต้องการ

3.6 การปฏิบัติการเชิงรุก ในการประกอบการตลาดนัดสิ่งสำคัญคือทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันในตลาดผู้บริหารมองเห็นความสำคัญในข้อนี้โดยการเน้น โฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ทั้งการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์รายการ เช่น โทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 9 หนังสือพิมพ์ วิทยุภูมิภาค วิทยุชุมชน ป้ายโฆษณา ใบปลิว เป็นต้น เพื่อช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและเงินตรา

สิ่งที่สำคัญคือการบริหารจัดการตลาดให้เข้าสู่มาตรฐานสากลจาก คือการที่ได้รับป้ายมาตรฐานตลาดนำซื้อจากกระทรวงสาธารณสุข (สุติ กาญจนแสนสัง 2553)

3.7 กลยุทธ์การแข่งขันตลาดเสรี ตลาดนัดนับเป็นสถานที่ที่มีการแข่งขันกันในรูปแบบของตลาดแข่งขันเสรี ทั้งทางด้านรูปแบบของสินค้าที่นำมาขาย วัสดุและคุณภาพการผลิตผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าได้ตามความพอใจของตนเองได้จับต้องสินค้าก่อนซื้อ การแข่งขันทางด้านราคา ผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาได้ด้วยตนเอง วิธีการนำเสนอสินค้าในรูปแบบต่างๆ ทั้งตะโกนเรียก สร้างความสนใจด้วยการใช้ผู้คนมุงดูสินค้าในร้านค้าตามความถนัดของผู้ขาย ร้านค้าในตลาดนัดคุณภาพมีจำนวนร้านค้า และประเภทของสินค้ามากพอที่ไม่ทำให้เกิดการผูกขาดการขายสินค้า นับเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการมาจับจ่ายใช้สอยเลือกซื้อสินค้า

3.8 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างจากตลาดนัดโดยทั่วไปคือ มีผู้ซื้อ และมีผู้ขายที่มีปริมาณมาก สินค้าเฉพาะทางเช่นในตลาดที่เป็นอาคารถาวรที่ให้บริการนักแข่งรถจักรยานยนต์ครบทั้ง 7 วัน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มี เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา มีการสร้างสนามเด็กเล่นให้เด็กเล่นโดยไม่คิดมูลค่า มีมุมอ่านหนังสือ มุมนั่งพักผ่อนในส่วนหย่อมสำหรับผู้ติดตามที่เดินทางมาด้วยและทำธุระเสร็จแล้วมานั่งรอได้

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการตลาดคุณภาพ และแนวทางการแก้ปัญหา

4.1 ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบการ การประกอบการใดๆ ล้วนแต่มีปัญหาและอุปสรรคแทบทั้งสิ้น ทั้งการเริ่มต้น การออกแบบ การดำเนินการ และการปรับปรุงให้ดีขึ้น การตลาดรวมถึงการที่กลุ่มคนจำนวนมากเข้ามาอยู่ในชุมชนเดียวกันย่อมทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคบ้างอธิบายได้ดังนี้

การหาแหล่งเงินทุนเริ่มต้นสำหรับการประกอบกิจการ รวมถึงการรักษาสภาพคล่องทางการเงินให้เหมาะสมกับการดำเนินการ

การรักษาวงจรการดำเนินงานให้อยู่ในช่วงการเติบโตคงที่ หรือการทำให้ตลาดมีความยั่งยืนตลอดระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ

กลุ่มวัยรุ่นผู้ฝึกรับผิดชอบในการใช้รถใช้ถนนร่วมกันในบริเวณตลาดนัด ขับรถจักรยานยนต์ด้วยความเร็วเป็นที่หวาดเสียวต่อผู้มาใช้บริการ

ผู้ดูแลบางคนมีสัมพันธภาพกับร้านค้าในทางที่ไม่ถูกต้อง ช่วยผู้ค้าปกปิดในเรื่องเงื่อนไขในการจองพื้นที่ หรือจองให้ และรับสินบนจากผู้ค้า ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ก็ถูกพวกผู้ค้าด้วยกันเอง คอยจับผิดในพฤติกรรมที่มีความลำเอียงช่วยเหลือผู้ค้ารายอื่น

ปัญหาทะเลาะวิวาทมาจากภายนอกตลาดของผู้ค้า หรือเกิดขึ้นภายในตลาดเองด้วยเรื่องต่างๆ บางทีมองเห็นแล้วไม่ค่อยสบายใจก็พาพวกชกต่อยตีกัน ส่งเสียงทะเลาะกัน

การขายสินค้าประเภทเดียวกันของผู้ค้าด้วยกันเองที่อยู่ร้านค้าใกล้กันและทำการขายตัดราคากันเอง

4.2 แนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบกิจการ โดยการเข้าหาแหล่งเงินทุนในระบบ เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ให้สินเชื่อของการลงทุนเริ่มแรกเมื่อดำเนินการ

ทำการส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม เพิ่มกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อเป็นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก

ผู้บริหารกับผู้ดูแลในตลาดคุณวราธรรม ให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มอบอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดภายใต้กฎระเบียบและข้อตกลงร่วมกันในการดูแลความเรียบร้อย ความเป็นระเบียบและความปลอดภัย

ผู้ดูแลที่เกี่ยวกับแผงสินค้ากับพ่อค้า แม่ค้า สร้างกฎระเบียบ ดูแลอำนวยความสะดวกในพื้นที่ขายสินค้านร่วมกัน เช่น การจองแผงที่จำหน่ายสินค้า การเปลี่ยนแปลงเวลาขาย การเปลี่ยนตำแหน่งทำเลค้าขายจุดใหม่ อัตราค่าบริการพื้นที่ขายสินค้าและชนิดของสินค้าให้ชัดเจน

การทุจริตต่อหน้าที่ของพนักงาน การรับสินบน การช่วยเหลือเอื้อเอียงไม่ให้ความถูกต้องเป็นธรรมในกฎระเบียบแก่ผู้ค้า ผู้บริหารทราบเรื่องก็ให้ผู้ดูแลผู้ขึ้นพื้นสภาพ เพื่อไม่ให้เป็นแบบอย่างแก่ผู้ดูแลคนอื่น ๆ ต่อไปเพื่อให้กฎระเบียบที่มีร่วมกันสามารถใช้ได้ต่อไป

ผู้ดูแลเกี่ยวกับการจราจรที่ให้บริการกับลูกค้า สร้างความพึงพอใจในการดูแลรถพาหนะที่นำมาจอด สร้างความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการอย่างสูงสุด ติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่างทั่วทั้งบริเวณที่จอดรถ

การแก้ปัญหาการทะเลาะวิวาท ระหว่างร้านค้าด้วยกันเองผู้ดูแลในตลาดนัดคุณาวรรณ ให้ข้อมูลว่า

ร้านค้าที่มีปัญหากัน มีทั้งทะเลาะกันมาจากที่อื่นไม่ว่าจะเป็นปัญหาส่วนตัวหรือปัญหาจากการค้าขายก็มี หรือว่ามามีปัญหากันในที่นี้ก็พอมี จะแก้ปัญหาด้วยการจัดพื้นที่ให้อยู่ห่างกัน สำหรับพ่อค้า หรือแม่ค้าที่มีเรื่องกันอยู่ หรือหนทางป้องกันไว้ก่อนที่จะมีปัญหามาตามคือ ร้านค้าที่ขายของชนิดเดียวกันจะจัดให้มีระยะของร้านค้าให้ห่างกันไว้ก่อน (อุมาพร ทานุพล 2553)

ด้านสถานที่ ควรเพิ่มพื้นที่บริการให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรเพิ่มโครงหลังคากันฝน ปิดฝาท่อระบายน้ำ หาผู้ให้บริการพื้นที่ในอาคารให้เต็มพื้นที่ จัดพื้นที่ให้สะอาดเรียบร้อย

ด้านราคา การปรับลดราคาลงของค่าเช่าพื้นที่และค่าบริการไฟฟ้า การไม่มาขายของในวันที่จองพื้นที่ไว้แล้วมาขายในวันเปิดนัดต่อไปไม่ควรคิดเงินเพิ่ม และการปรับราคาค่าเช่าพื้นที่ของตลาดในวันอังคาร และวันศุกร์ให้ลดราคาลง

ด้านการจราจร ควรปรับปรุงเรื่องการจราจรให้สะดวก ทั้งการเข้า-ออก การจอด การดูแลความปลอดภัย

ด้านสาธารณูปโภค การปรับปรุงเรื่องห้องน้ำ-ส้วม ควรเพิ่มจำนวน และปริมาณการไหลของน้ำในห้องน้ำให้ดีขึ้น ควรเพิ่มจุดต่อน้ำดื่มและจุดต่อเต้ารับของระบบไฟฟ้า

ด้านความปลอดภัย ต้องการให้ทางตลาดเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เพิ่มแสงสว่างในที่จอดรถ และลดปริมาณของขอยานในพื้นที่ตลาด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตลาดนัด คุณาวรรณ ตำบลทุ่งกระพังโหม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาถึงรูปแบบของตลาดนัดคุณาวรรณ 2) ศึกษากลยุทธ์การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ 3) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบการตลาดนัด และแนวทางการแก้ปัญหา

1. สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เริ่มแรกด้วยการสังเกตสภาพพื้นที่ภายในตลาดคุณาวรรณ ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ พื้นที่ตั้งร้านค้าและเส้นทางการสัญจรรวมเนื้อที่ถึง 37 ไร่ มีจำนวนพ่อค้าและแม่ค้าพร้อมทั้งสินค้าหลากหลายชนิด มีตลาดในลักษณะเดียวกันที่เกิดขึ้นมาภายหลังตลาดคุณาวรรณ ในรูปแบบลักษณะเดียวกันอยู่บริเวณใกล้เคียงไม่ห่างกันมากนัก แต่การเปิดวันนัดจะเปิดในวันจันทร์ พุธ ศุกร์ และวันเสาร์ เป็นการเปิดตลาดนัดสลับวันกับตลาดคุณาวรรณ รวมถึงตลาดนัดตามชุมชนหมู่บ้านขนาดเล็กกระจายอยู่ทั่วไป

วิธีค้นหาข้อมูลการประกอบการตลาดนัดอีกประการหนึ่งคือการสัมภาษณ์ระดับลึก โดยขอข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องกับการใช้บริการตลาดนัด จากประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการตลาดคุณาวรรณก่อนที่จะประสบความสำเร็จ ก็ต้องใช้แรงกายแรงใจทุ่มเทลงไปในการสร้างตลาด สร้างมวลชนให้เข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเป็นเงินตรา ต้องใช้แรงบันดาลใจความตั้งใจที่มีอยู่เดิม ความมุ่งมั่นความอดทนอย่างสูง และยังคงพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ร่วมใช้บริการในตลาดนัดคุณาวรรณให้ยั่งยืน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่าการประกอบการตลาดนัดไม่ได้สร้างรายได้ให้กับตัวผู้ประกอบการและครอบครัวเท่านั้น แต่การทำให้มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเป็นการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติด้วยการสร้างอาชีพค้าขายให้กับบรรดาพ่อค้า และแม่ค้าที่อยู่รายรอบชุมชน สร้างอาชีพให้กับพนักงานที่มาร่วมงานในการจัดการตลาด สร้างความทันสมัยด้วยสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เข้าสู่ชุมชน ตลอดจนจ่ายภาษีรายได้จากการประกอบการให้รัฐบาลเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตลาดนัด คุณาวรรณ จากการศึกษาที่เป็นตัวอย่างของตลาดที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการ ให้กับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่ดำเนินการอยู่แล้ว หรือผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจในธุรกิจการประกอบการตลาดนัด จะได้ศึกษาเพิ่มเติมทั้งในเรื่องของรูปแบบ กลยุทธ์การบริหารจัดการ ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการ ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหา สรุปได้ดังรายละเอียดข้างล่างนี้

รูปแบบของตลาดนัดคุณาวรรณ ตลาดนัดคุณาวรรณเป็นรูปแบบตลาดนัดประจำถิ่น มีการจัดนัด 3 วันต่อสัปดาห์ โดยจัดเป็นตลาดคอกอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการคมนาคมทางรถยนต์วง รูปแบบร้านค้าเป็นลักษณะการตั้งร้านประจำที่เดิมในทุกนัดเพื่อความสะดวกของลูกค้าประจำ ร้านที่ตั้งเป็นลักษณะชั่วคราว ทั้งร้านค้าแผงลอย ร้านค้าผ้าปูกับพื้น ร้านค้ารถเข็น หาบเร่แผงลอย การค้ามีลักษณะแบบการค้าปลีกจากพ่อค้า และแม่ค้าคนกลาง หรือตัวแทนผู้ผลิตสู่มือผู้บริโภค ตลาดมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 37 ไร่ จำนวนร้านค้าประมาณ 1,200 ร้านค้าในวันอาทิตย์ 400 ร้านค้าในวันอังคาร ส่วนในวันศุกร์จำนวนร้านค้า 200 ร้านค้า มีผู้บริโภคมาใช้จ่ายในตลาดประมาณ 20,000 คน ในวันอาทิตย์ ส่วนวันอังคารมีประมาณ 5,000 คน และ 2,000 คน ในวันศุกร์ มีเงินหมุนเวียนในตลาดไม่ต่ำกว่า 2,500,000 บาทต่อสัปดาห์ หรือในหนึ่งปี 120 ล้านบาท โดยประมาณ

จากความน่าสนใจเกี่ยวกับภายในตลาดมีอาคารถาวรมีหลังคากันแดดกันฝน มีที่ตั้งวางสินค้าเป็นมาตรฐานเรียบร้อย แต่กลับมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยนั้น ผู้มาใช้บริการซื้อสินค้ามีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าสินค้าในที่นี้จะมียุคมากกว่าสินค้าที่เป็นแผงลอย หรือวางกับพื้นอยู่ภายนอกอาคาร จึงนิยมจะเดินเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าเป็นแผงลอยมากกว่าในอาคาร

การบริหารดำเนินการตลาดนัดคุณาวรรณ ผู้บริหาร เป็นผู้ควบคุมดูแลกฎระเบียบในการอยู่ร่วมกัน ออกความคิดเห็นมอบนโยบาย หลักการในการบริหารจัดการตลาด ทั้งทางวาจา และรูปแบบลายลักษณ์อักษร ออกกฎระเบียบด้านต่างๆ เพื่อให้การค้าขายในตลาดคล่องตัว สามารถขยายธุรกิจของร้านค้าที่มาร่วมค้าร่วมประกอบการด้วยกัน เพื่อพัฒนาธุรกิจการประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณให้เติบโตอย่างยั่งยืน

กลุ่มผู้ดูแลหรือพนักงานประจำ ทำหน้าที่ให้บริการในร้านขายยามานะเกสซ์ควบคุมไปด้วย หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นลำดับชั้นจากผู้บริหารถ่ายทอดสู่ผู้ปฏิบัติ มีวันหยุดประจำสัปดาห์ของพนักงานประจำในวันเสาร์ ส่วนพนักงานภายนอกที่มาช่วยงานเสริมในวันที่มีการเปิดตลาดนัดคุณาวรรณ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น งานรักษาความปลอดภัยได้รับการช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจท้องที่ งานไฟฟ้าใช้บริการจากหน่วยงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคกำแพงแสน เป็นต้น มีเจ้าหน้าที่ประสานงาน ความเรียบร้อยในการจัดตลาดนัดคุณาวรรณประมาณ 30 คน

การตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคในตลาดคุณภาพ ระดับของผู้บริโภคที่มาจับจ่ายซื้อสินค้าในตลาดคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับล่าง เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อย ไม่เน้นคุณภาพ แต่เน้นปริมาณ ราคาไม่แพง ส่วนมากซื้อไว้ใช้ในครอบครัว ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าใช้แล้ว

2. ระดับกลาง เป็นกลุ่มลูกค้าทำงานที่มีรายได้ระดับปานกลาง เน้นคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณและราคา จะต้องไม่ถูก หรือแพงเกินไป ได้แก่ สินค้าสมัยนิยม เสื้อผ้าแนวใหม่ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ช่วยอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ รถจักรยานยนต์

3. ระดับสูง เป็นกลุ่มลูกค้าที่มั่งคั่งที่มีรายได้สูง เน้นคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณ ได้แก่ สินค้าจำพวกของประดับตกแต่ง ของเก่าสะสม เครื่องหนังกระเป๋าจากฟาร์มใกล้เคียง

กลยุทธ์การประกอบการตลาดนัดคุณภาพ ระดับคุณภาพ กลยุทธ์บริหารจัดการ และมุมมองผู้บริหารมีความต้องการสร้างตลาดคุณภาพให้เป็นศูนย์กลาง การค้าปลีกขนาดใหญ่ในภูมิภาค โดยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสินค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมในการใช้ชีวิตประจำวันด้วยความเป็นมาตรฐานของสินค้าและบริการ มีพันธกิจ นโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนในการประกอบการที่จะพัฒนาตลาดตามหลักวิชาการจัดการ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของพ่อค้า และแม่ค้า ทำให้เกิดการมีสินค้าหลากหลายประเภทตามมา ความแตกต่างของสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่มีคุณภาพที่ต่างกัน หรือการที่พ่อค้า และแม่ค้านำผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ทันสมัยเข้ามาขาย เป็นเหตุให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเปรียบเทียบสินค้าในตลาดนัดคุณภาพมากขึ้น

กลยุทธ์ด้านราคา ในส่วนของตลาดกับผู้ค้ามีการลดราคาค่าเช่าพื้นที่ในวันอังคารและวันศุกร์ที่มีผู้มาใช้บริการน้อย ส่วนร้านค้ากับผู้บริโภคเป็นลักษณะของการแข่งขันเสรี การแข่งขันด้านราคาต่ำเป็นปัจจัยในการทำตลาด ผู้ค้าปลีกสามารถลดราคาสินค้าของตนเองได้โดยอิสระ

กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 หนังสือพิมพ์ วิทยุภูมิภาค วิทยุชุมชน ป้ายโฆษณา ใบปลิว การลดราคาค่าเช่าพื้นที่ แคมเปญต่างๆ ให้กับผู้มาใช้บริการ

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายลูกค้าของตลาดนัดคุณภาพที่มีผลิตภัณฑ์เป็นพื้นที่ตั้งร้านค้ารายได้มาจากค่าเช่าพื้นที่ ลักษณะการให้บริการประเภทหนึ่ง นอกจากการขายพื้นที่เช่าตั้งร้านค้าด้วยการส่งเสริมการขาย การบอกต่อของผู้ค้าขายที่มาจากสินค้าก็เป็นช่องทางที่สำคัญ และเป็นช่องทางที่นำผู้ค้าขายเข้ามาใช้พื้นที่ได้อย่างมาก

ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการป้องกันแก้ไขในการประกอบการตลาดนัดคุณภาพ การประกอบการไม่ว่าจะเป็นวิชาชีพใดล้วนมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการแทบทั้งสิ้น

ผู้บริหารจะต้องหาต้นเหตุแห่งปัญหา วิเคราะห์การแก้ปัญหา หาวิธีแก้ปัญหา และลงมือแก้ปัญหาด้วยตนเอง หรือตามสายงาน

ตลาดคุณาวรรณผู้บริหารให้ความสำคัญของปัญหา และการปรับปรุงคุณภาพและบริการ ให้ดียิ่งขึ้นจึงทำการค้นหาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดคุณาวรรณ ด้วยตัวเองสามารถสรุปปัญหาและการปรับปรุงที่ควรทำเป็นข้อๆ ดังนี้

1. ด้านสถานที่
2. ด้านราคา
3. ด้านการจัดการจราจร
4. ด้านสาธารณูปโภค
5. ด้านความปลอดภัย

ทั้งนี้ผู้บริหารและทีมงานตลาดคุณาวรรณได้ทำการปรับปรุงคุณภาพที่กล่าวข้างต้นในทุกๆ ด้านเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการตลาดนัดเป็นผู้ที่สร้างงาน สร้างรายได้ไม่ใช่เฉพาะต่อตัวผู้ประกอบการเอง แต่ยังเป็นการกระจายรายได้ และสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจไปสู่ผู้เข้าร่วมในสังคมทั้งใกล้เคียง และรายรอบสถานที่จัดตลาดนัด และบรรดาพ่อค้าแม่ค้ามืออาชีพที่อยู่ห่างไกล รวมถึงผู้บริโภคที่ยังได้ความสะดวกสบายรับบริการที่ใกล้บ้าน ผู้ประกอบการตลาดนัดเองต้องเผชิญความเสี่ยง ความไม่แน่นอนของรายได้ ประสบความสำเร็จของการเปิดกิจการในระยะเริ่มแรกไม่สามารถทำได้ตามแนวคิดที่วางไว้ตั้งแต่แรก แต่ผู้ประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณยังยืนหยัดมาได้จนถึงทุกวันนี้ ด้วยความมุ่งมั่นที่ต้องการพัฒนาตลาดนัดในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างความเจริญทันสมัยในสินค้าอุปโภค บริโภค ให้กับตนเองและครอบครัว รวมถึงความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของผู้ประกอบการตามงานวิจัยของ มานะ กาญจนแสนสัง (2552: 2) ที่ทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เป็นการหาความพึงพอใจ ความต้องการของผู้ใช้บริการ หาปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางการแก้ปัญหาสำหรับการประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสถานที่จำหน่ายจากตลาดดั้งเดิมที่ผู้บริโภควิ่งเข้ามาหาตลาดในเมือง ไปเป็นแบบตลาดขนาดใหญ่ที่มีสินค้าครบครัน วิ่งเข้าไปหากกลุ่มผู้บริโภคตามชุมชน เช่น ห้างเทศโก้โลตัส ร้าน

สะดวกซื้อต่างๆ เพราะฉะนั้นการประกอบการตลาดนัดจึงเป็นรูปแบบของการนำตลาดไปหาชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ (เกียรติ จิวกุล และคณะ 2525 : 3) ที่กล่าวว่าแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา ทั้งในด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งเปลี่ยนไปในแต่ละสมัย

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการวางแผน แนวทางการประกอบการตลาดนัดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในการวางแผน การดำเนินการ และการปรับปรุงการประกอบการให้ดีขึ้น จากการวิจัยพบว่า

บุคคลที่จะประกอบการตลาดนัด จะต้องมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของตลาดนัด ที่กำเนิดเกิดขึ้นได้ไม่ยากนัก แต่การที่จะรักษาความยั่งยืนของสภาพตลาดให้คงอยู่อย่างยั่งยืน เป็นสิ่งที่ยากกว่า จะต้องศึกษาถึงการจัดการสถานที่ การตลาดและส่วนประกอบการตลาด การจัดการบุคลากร การจัดการการเงิน การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การตอบแทนสังคม หรือชุมชนใกล้เคียงอย่างรอบคอบ

สถานที่ใช้ทำตลาดนัด ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดนัดเป็นส่วนสำคัญอันดับต้นๆ ของการประกอบการตลาดนัด ควรอยู่ในที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวก ปัจจุบันนี้ต้องนับการเดินทางสัญจรทางบก หรือด้วยรถยนต์เป็นหลัก ควรอยู่ใกล้วัด โรงเรียน โรงพยาบาล สถานประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรม ต้นทุนค่าใช้จ่ายเริ่มต้นที่เกิดขึ้น ทั้งค่าจัดซื้อ จัดหาที่ดิน หรือภาระที่เกิดขึ้นจากค่าเช่าที่ดินที่ใช้ประกอบการตลาดนัด ซึ่งนับเป็นต้นทุนการผลิตที่สูงมาก รวมถึงข้อผูกมัด และเงื่อนไขในการเช่าสถานที่ ที่อาจมีผลกระทบกับสภาพแวดล้อมข้างเคียงสถานที่เช่าทำตลาดนัด ทั้งสถานที่จอดรถที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ทั้งส่วนของพ่อค้าแม่ค้า และผู้มาซื้อของ ระบบไฟฟ้าแสงสว่างในร้านค้า และส่วนกลาง ระบบน้ำประปาที่นำมาจ่ายว่ามีระดับแรงดันพอเพียงต่อความต้องการใช้ เมื่อเทียบกับจำนวนร้านค้าหรือไม่ อีกประการหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการตลาดคือความสะอาดของพื้นที่ ที่ต้องดูแลอย่างต่อเนื่อง

ประเภทของร้านค้า ตลาดนัดเป็นรูปแบบของการค้าปลีก ความหลายของสินค้าที่บรรดาพ่อค้าแม่ค้านำมาขาย และความวุ่นวายสับสนของผู้คนที่มาเลือกซื้อสินค้า นับเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของตลาดนัด ผู้บริหารประกอบการจะต้องจัดให้มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุม เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนหรือให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในชุมชนให้มากที่สุด

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้บริหาร จะต้องให้ความสำคัญกับวัฏจักรของสินค้า ที่มีช่วงแนะนำ ช่วงเจริญเติบโต ช่วงคงที่ ช่วงเสื่อมถอย จำเป็นจะต้องกระตุ้นให้ตลาดมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การลดแลกแจกแถมในบางโอกาส นับเป็นความพึงพอใจอย่างหนึ่ง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและกระทำอย่างต่อเนื่อง

คุณภาพของสินค้า สินค้าที่นำมาขายในตลาดนัด คุณภาพของสินค้าขึ้นอยู่กับร้านค้าที่มาขาย และความรับผิดชอบขั้นต้นควรเกิดขึ้นกับร้านค้าแต่ละร้านเอง แต่ถ้าสินค้านั้นเกิดการไม่ได้คุณภาพอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนมากก็จะทำให้เกิดการบอกร้อง ปากต่อปาก ทำให้ชื่อเสียงของตลาดเกิดการเสียหายตามมาด้วย อาจเป็นต้นเหตุที่ทำให้ผู้มาซื้อลดลงได้

การพัฒนาอาคารตลาดถาวร จากการวิเคราะห์ผู้มาซื้อสินค้าภายในตลาดนัดคุณาวรรณที่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าสินค้าที่อยู่ในอาคารตลาดที่เป็นสิ่งปลูกสร้าง น่าจะมีราคาแพงกว่าในตลาดแผงลอย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรแยกกลุ่มเป้าหมายของผู้มาซื้อสินค้าไปอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสินค้าเฉพาะทางใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของสินค้า ที่ไม่เน้นกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ โดยการลดราคาเช่าพื้นที่ในช่วงแรกเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของผู้ลงทุน ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งส่วนของตลาดเอง และช่วยเหลือร้านค้าที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป สำหรับผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องการประกอบการตลาดนัดในชุมชน สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การเปรียบเทียบของผู้ที่มาทำการซื้อสินค้าในตลาดนัดชุมชน กับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จากต่างชาติ เช่น ห้างเทสโก้ โลตัส ในเรื่องของกลุ่มลูกค้า วัตถุประสงค์ สินค้าที่เลือกซื้อและบริการ มีความแตกต่างกันในด้านใดบ้าง เพื่อเป็นการต่อยอดพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กนกพร กระบวนศรี. “ตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2531.

เกียรติ จิวกุล และคณะ. ตลาดในกรุงเทพฯ: การขยายตัวและพัฒนากองกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ศีกฤทธิ ปราโมช, ศ.พล.ต.หม่อมราชวงศ์. ตลาดนัด. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า 2000, 2548 .

จินตน์ ไพรสมนต์ และคณะ. การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2529.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์, 2527.

_____. วิวัฒนาการทุนนิยมไทย. กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิชาการคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

ชุตินา โสภาสานนท์. ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2543.

คำรงค์ ฐานดี, “วิธีการเชิงมานุษยวิทยากับการศึกษาเรื่องเศรษฐกิจ,” มานุษยวิทยาเชิงเศรษฐกิจ. (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531) : 107.

ดิน ปรัชญพลฤทธิ์. ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2543.

นิตย์ สัมมาพันธ์. ยุทธศาสตร์การบริหาร ใน 3 โลกธุรกิจสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร : เอ็กชเพอร์เน็ท, 2542.

บุญทัน ดอกไธสง. การจัดองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, 2537.

ประภัสสร บุญมี. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : ประสานการพิมพ์, 2542.

ป๊อก.ผู้ค้าขายในตลาดนัดคุณาวรรณ.สัมภาษณ์,17 มกราคม 2553.

พินิจ น้ำสินทอง. ผู้ค้าขายในตลาดนัดคุณาวรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

ไพบุลย์ ช่างเรียน. วัฒนธรรมการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์, 2532.

มนตรี สิงหवारะ และคณะ. “การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนใน
ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ คณะ
เศรษฐศาสตร์ ม.แม่โจ้ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549.

มานะ กาญจนแสนส่ง. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัด
นครปฐม.” ภาคนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏนครปฐม, 2552.

มานะ กาญจนแสนส่ง. เจ้าของและผู้บริหารตลาดนัดคุณาวรรณ. สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร :
ราชบัณฑิตยสถาน, 2525.

วิจิตรมาตรา, ขุน. ประวัติการค้าไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บัณฑิตการพิมพ์, 2516.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. การบริหารเมืองหลวงและการบริหารท้องถิ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส
ญี่ปุ่นและไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไพร่เพช, 2545.

_____. การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตามรัฐธรรมนูญและหน่วยงาน
ของรัฐ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2548.

_____. “การวิเคราะห์เปรียบเทียบความหมายของการบริหาร การจัดการ การบริหารการพัฒนา
และการบริหารจัดการ”. รัฐศาสตร์, 2550.

วิไล อินทร์บำรุง. ผู้ใช้บริการในตลาดนัดคุณาวรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

วันชัย ฐักิจ. “การสำรวจปัจจัยที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครใช้ในการซื้อสินค้าและบริการที่
ตลาดนัดจตุจักร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2545.

วิภาดา อ่อนนาน. “การจัดการธุรกิจตลาดนัดเคลื่อนที่ในจังหวัดกาญจนบุรี.” ภาคนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2547.

ศรีสุดา แจ่มศรี. ผู้ใช้บริการในตลาดนัดคุณาวรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

ศักดิ์ศรี อินทร์บำรุง. ผู้ใช้บริการในตลาดนัดคุณาวรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร : ชรรรมสาร, 2546.

_____. การบริหารการค้าปลีกยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ชรรรมสาร, 2546.

_____. การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร : ชรรรมสาร, 2548.

สกุณี ฉัฐพลวัฒน์. ตลาดน้ำ วิถีชีวิตพ่อค้า-แม่ขายไทย. กรุงเทพมหานคร : เอส.ที.พี.เวิลด์.มีเดีย, 2541.

สมักร สุนทรเวช. ชิมไปบ่นไป. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ บุ๊คเซนเตอร์, 2543.

สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2523.

สมภพ มานะรังสรรค์ ,รศ.ดร. . พลิกโฉมธุรกิจอย่างไรให้ทันต่อ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2544.

สุชาติ ธาดาธำรงเวช. วิभागกรรมเศรษฐกิจ 2540 บทเรียนจาก สปร.1.2545. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงศึกษาธิการ, 2545.

สุดี กาญจนแสน. เจ้าของและผู้บริหารตลาดนัดคุณาบรรณ. สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

สุวินัย ภรณ์วิไลย์ “13 แนวทางสู้กับเศรษฐกิจฟองสบู่แตก”.วารสารเศรษฐสาร.2542.

เสก หนองงูเหลือม. ผู้ใช้บริการในตลาดนัดคุณาบรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เอ.เอ็น การพิมพ์, 2548.

หนึ่ง คุณาบรรณ. เจ้าหน้าที่ตลาดนัดคุณาบรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

หมู. ผู้ค้าขายในตลาดนัดคุณาบรรณ. สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553.

อนันต์ เกตุวงศ์. การบริหารการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.

อำนาจ ชีระวนิช,รศ.. ผู้ประกอบการ” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. นนทบุรี : บริษัท มาเออร์ บอส แพคเกจจิ้ง จำกัด, 2549.

อุมาพร ทานุพล. เจ้าหน้าที่ตลาดนัดคุณาบรรณ. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2553.

ภาษาอังกฤษ

Herbert, A Simon. Administrative Behavior. New York : Macmillian, 1947.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยศิลปากร



ที่ ศธ ๐.๕๒๐.๓๐๓ / 0541

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
๑ หมู่ ๓ ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ
จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๑๒๐

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อรับรองว่า นายณรงค์ศักดิ์ ปิ่นเกล้า รหัสประจำตัวนักศึกษา ๕๑๖๐๒๗๕๑ เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร และกำลังดำเนินการทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ การประกอบการตลาดนัดคุณาวรรณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
จริง

ให้ไว้ ณ วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ภาพที่ 3 หนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์

แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เจ้าของผู้ประกอบการตลาดนัดคุณภาพวรรณ

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของตลาดคุณภาพวรรณ

1. ประวัติส่วนตัว เจ้าของและผู้บริหารตลาดนัดคุณภาพวรรณ
2. สถานที่ตั้งตลาดนัดคุณภาพวรรณ
3. ผังบริเวณและแบบแปลน ของตลาดนัดคุณภาพวรรณ
4. การเริ่มต้นของตลาดคุณภาพวรรณ

ตอนที่ 2 รูปแบบของตลาดคุณภาพวรรณ

1. รูปแบบและลักษณะของตลาด
2. รูปแบบ ประเภทของร้านค้าและผลิตภัณฑ์
3. รูปแบบการบริหารงานในตลาดนัดคุณภาพวรรณ
4. พ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด
5. ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัด
6. รูปแบบ ข้อปฏิบัติ กฎระเบียบ การใช้บริการตลาดคุณภาพวรรณ
7. รูปแบบการถ่ายทอดมาตรการควบคุมทางสังคม
8. การมีส่วนร่วม และให้บริการต่อสังคม
9. รูปแบบการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกันในตลาดนัดคุณภาพวรรณ

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดคุณภาพวรรณ

1. วิสัยทัศน์
2. พันธกิจ
3. เป้าหมาย
4. นโยบาย
5. การปฏิบัติการเชิงรุก
6. กลยุทธ์การแข่งขันตลาดเสรี
7. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการตลาดคุณธรรม และแนวทางการแก้ปัญหา

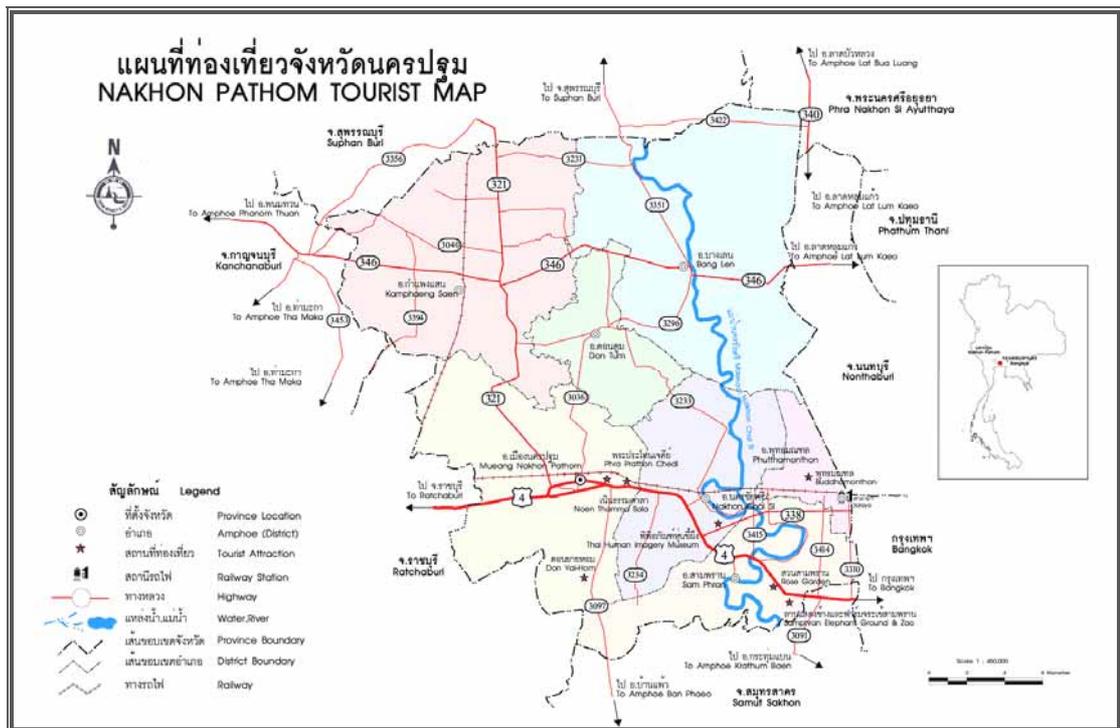
1. ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบการ
2. แนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการ

ภาคผนวก ค

ประวัติจังหวัดนครปฐม และอำเภอกำแพงแสน

ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม และอำเภอกำแพงแสน

ความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม เป็นอยู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเล เป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคนั้น นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย ซึ่งรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญ มีชนชาติต่าง ๆอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทาง ประชาชนจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำ และสร้างเมืองใหม่ขึ้นชื่อ “เมืองนครไชยศรี” หรือ “ศรีวิชัย” นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะที่ยังผนวชได้รู้คงจะไปพบพระปฐมเจดีย์ และทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ใดเทียบเท่า ครั้นเมื่อได้ครองราชย์ จึงโปรดฯ ให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบองค์เดิมไว้ โดยให้ชื่อว่า “พระปฐมเจดีย์” ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่าง ๆ ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดี และโปรดฯ ให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้การเสด็จมานมัสการสะดวกขึ้นต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ผ่านเมืองนครปฐม ซึ่งขณะนั้นยังเป็นป่ารก พระองค์จึงโปรดฯ ให้ย้ายเมืองจากตำบลท่านา อำเภอนครชัยศรี มาตั้งที่บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์เหมือนเช่นครั้งสมัยโบราณ ครั้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯ ให้สร้างพระราชวังสนามจันทร์เป็นที่เสด็จแปรพระราชฐานและฝึกซ้อมรบแบบเสือป่า โดยโปรดฯ ให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย รวมทั้งสร้างสะพานเจดีย์ศรัทธาข้ามคลองเจดีย์บูชาเชื่อมระหว่างสถานีรถไฟกับองค์พระปฐมเจดีย์ ตลอดจนสร้างพระร่วงโรจนฤทธิ์ทางด้านทิศเหนือขององค์พระปฐมเจดีย์และบูรณะองค์พระปฐมเจดีย์ให้สมบูรณ์สวยงามดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน และได้โปรดฯ ให้เปลี่ยนชื่อจากเมือง “นครไชยศรี” เป็น “นครปฐม”



ภาพที่ 4 แผนที่จังหวัดนครปฐม

อำเภอกำแพงแสน เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง (จังหวัดสุพรรณบุรี)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบางเลนและอำเภอดอนตูม

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอมืองนครปฐม และอำเภอบ้านโป่ง (จังหวัดราชบุรี)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอท่ามะกา (จังหวัดกาญจนบุรี)

ในอดีตอำเภอกำแพงแสนเป็น เมืองกำแพงแสน (มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 11-16) ซึ่งเป็นเพียงเมืองเล็ก ๆ สันนิษฐานว่าน่าจะมีฐานะเป็นเมืองบริวารของเมืองนครไชยศรีมากกว่าจะเป็นเมืองที่ตั้งอยู่อย่างอิสระ ตำแหน่งกลางเมืองเก่าอยู่ที่ประมาณเส้นรุ้งที่ 13 องศา 39 ลิปดา 20 พิลิปดาเหนือ และเส้นแวง 99 องศา 57 ลิปดา 57 พิลิปดาตะวันออก เป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดีที่มีขนาดเล็กและตั้งอยู่ไม่ไกลจากเมืองนครไชยศรี คือมีระยะห่างกันประมาณ 24 กิโลเมตร ตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างเมืองใหญ่ 2 เมือง คือเมืองอู่ทองและเมืองนครไชยศรี ปัจจุบันบริเวณเมืองเก่ากำแพงแสนเป็นพื้นที่ของกรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งใช้เป็นค่ายลูกเสือ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งขวาง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

อำเภอกำแพงแสนได้ตั้งขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2449 ที่วัดห้วยพระ ตำบลห้วยพระ อำเภอกอนตูม โดยใช้ชื่อว่า อำเภอกำแพงแสน ตั้งตามชื่อเมืองโบราณ ต่อมาในปี พ.ศ. 2453 ได้ย้ายที่ตั้งอำเภอใหม่จากวัดห้วยพระไปที่ชายทุ่งสามแก้วห่างจากที่ตั้งเดิมไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณ 1.6 กิโลเมตร และได้เปลี่ยนชื่ออำเภอจากเดิมตามชื่อหมู่บ้านว่า อำเภอสามแก้ว ตั้งอยู่จนถึงปี พ.ศ. 2460 จึงได้กลับมาใช้ชื่อว่า อำเภอกำแพงแสน ตามเดิม เพื่อเป็นการรักษาชื่อเมืองโบราณไว้

ต่อมาในปี พ.ศ. 2490 ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอกำแพงแสนจากที่ตั้งชายทุ่งสามแก้ว มาตั้งที่ว่าการอำเภอใหม่ริมคลองท่าสาร-บางปลา บริเวณบ้านยาง คิดถนนมาลัยแมน (ถนนนครปฐม-สุพรรณบุรี) หมู่ที่ 13 ตำบลทุ่งกระพังโหม ห่างจากที่ตั้งเดิมไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณ 14 กิโลเมตร และเมื่อปี พ.ศ. 2532 ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอกำแพงแสนไปสร้างที่ว่าการอำเภอหลังใหม่ ณ ที่ดินที่ราษฎรได้บริจาคให้ริมถนนมาลัยแมน ห่างจากที่ตั้งเดิมไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ประมาณ 2 กิโลเมตร ตรงข้ามโรงเรียนกำแพงแสนวิทยา ส่วนที่ตั้งเดิมได้ใช้เป็นสำนักงานเทศบาลตำบลกำแพงแสน

คำขวัญจังหวัดนครปฐม “ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์ลั่น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า”

คำขวัญอำเภอกำแพงแสน “เมืองเก่าโบราณ สถานผลิตนักบินประเทศ แหล่งบัณฑิต การเกษตร เขตพื้นดินเนื้อดี อนุสาวรีย์อินทศัศดิ์ศรี ปฐมพีแห่งความร่วมมือ”

ที่อยู่ที่ว่าการอำเภอ ถนนมาลัยแมน หมู่ที่ 7 ต.ทุ่งกระพังโหม อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม

หมายเลขโทรศัพท์ 0-3435-1086, 0-3428-1102

เนื้อที่/พื้นที่ 405.019 ตร.กม.

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป แบบมรสุม มี 3 ฤดู

ฤดูร้อนช่วงเดือน กุมภาพันธ์-กรกฎาคม ฤดูฝนช่วงเดือนสิงหาคม-พฤศจิกายน

ฤดูหนาวช่วงเดือนธันวาคม – มกราคม

ข้อมูลการปกครอง ประกอบด้วย 1) ตำบล 15 แห่ง 2) หมู่บ้าน 202 แห่ง

3) เทศบาล 1 แห่ง 4) อบต 15 แห่ง

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจประกอบด้วย 1) อาชีพหลักได้แก่ ปลูกไร่ เช่น อ้อย หน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพดอ่อน และ เลี้ยงสัตว์ เช่น วัวนม, หมู, ไก่ 2) อาชีพเสริม ได้แก่ เย็บรองเท้า ผลิตไม้แขวนเสื้อ บูหญาแฝกกันแมลง ผลิตปลานิลแคดเดียว

ภาคผนวก ง
ภาพประกอบตลาดนัดคุณาวรรณ



ภาพที่ 5 เจ้าของและผู้บริหารตลาดคุณาวรรณ คุณมานะ กาญจนแสนสัง



ภาพที่ 6 มุมสูงพื้นที่โดยรวมขนาด 37 ไร่ ตลาดคุณาวรรณ



ภาพที่ 7 ป้ายประชาสัมพันธ์ตลาด



ภาพที่ 8 ป้ายตลาด และสนามเด็กเล่น



ภาพที่ 9 บรรยากาศทั่วไป ของตลาดนัดคุณวารรณ



ภาพที่ 10 สินค้าทั่วไป ของเก่าใช้แล้ว



ภาพที่ 11 สินค้าเครื่องมือเก่า



ภาพที่ 12 สินค้าหลากหลายที่นำมาจำหน่าย



ภาพที่ 13 การมีส่วนร่วมของชาวตลาด



ภาพที่ 14 ทำบุญประจำทุกๆ ปี



ภาพที่ 15 สถานที่จำหน่ายส่วนที่เป็นอาคารถาวร



ภาพที่ 16 แนวเส้นแบ่งร้านค้าแผงลอย (ถี๊อ)



ภาพที่ 17 สร้างสนามเด็กเล่นเพื่อการพักผ่อนผู้ที่มาซื้อสินค้า



ภาพที่ 18 การจัดตั้งร้านของร้านค้า



ภาพที่ 19 ภาพสำนักงานของตลาดนัดคุณวราธร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นายณรงค์ศักดิ์ ปิ่นเกล้า

ที่อยู่ 1010/28 ถนนเพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
โทรศัพท์ 081-933-2593

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2535 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาไฟฟ้ากำลัง
มหาวิทยาลัยสยาม

พ.ศ. 2551 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2540-ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัท พรสิ่วลี วิศวกรรม จำกัด

พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท ธนวินท์ เอ็มแอนด์อี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท เอพริก เทรด จำกัด

พ.ศ. 2532-2540 ผู้จัดการส่วนติดตั้งฝ้ายวิศวกรรม บริษัท แคลเรียร์ (ประเทศไทย) จำกัด