

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

“ตลาด” เป็นสถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสียบางอย่าง ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2551 : ออนไลน์) ตลาดไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางการใช้สอยเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนข่าวสารของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย รูปแบบของตลาดมีทั้งตลาดที่มีเรือเป็นพาหนะของผู้ขายสินค้าเรียกว่าตลาดน้ำ และตลาดที่ทำการซื้อขายกันบนพื้นดิน ลักษณะของตลาดมีทั้งตลาดประจำและตลาดไม่ประจำ คือจะจำหน่ายสินค้าเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในแต่ละวัน และไม่ได้ตั้งอยู่เป็นประจำ แต่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้คือพัฒนาการของ “ตลาดนัด” ในปัจจุบัน

จากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในปัจจุบัน ทั้งสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป และภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำลง ค่าครองชีพที่สูงขึ้นในแต่ละวัน ประชาชนต้องให้ความสนใจในการจับจ่ายใช้สอยที่ประหยัด โดยเลือกบริโภคสินค้าที่ประหยัดและคุ้มค่า ตลาดนัดขนาดใหญ่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของประชาชนที่ต้องการหาสินค้าในราคาถูก และพักผ่อนในวันหยุด รวมถึงทำกิจกรรมกับเพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัว

การค้าในรูปแบบของตลาดนัด ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายให้จัดตลาดนัดขึ้นในทุกจังหวัดทั่วประเทศรวมทั้งกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้พื้นที่ท้องสนามหลวงเป็นสถานที่ตั้งตลาดนัด โดยใช้ชื่อว่า “ตลาดนัดสนามหลวง” ต่อมารัฐบาลมีนโยบายกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมสู่ประชาชนชนเมืองตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 จึงได้มีการย้ายตลาดนัดดังกล่าวไปอยู่ถนนพหลโยธิน ซึ่งรู้จักกันดีในชื่อ “ตลาดนัดสวนจตุจักร” ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ ภายใต้การบริหารของกรุงเทพมหานคร มีการจำหน่ายสินค้านานาชนิดในวันเสาร์ และอาทิตย์ ได้แก่ เสื้อผ้า พืชผัก-ผลไม้ ต้นไม้ สัตว์เลี้ยง สินค้าของเก่า และอื่น ๆ (ธานี กุลแพทย์, 2539) ตลาดนัดที่เป็นที่นิยมอีกแห่งหนึ่งของประชาชนในกรุงเทพมหานครคือ ตลาดนัดจตุจักร เป็นตลาดนัดที่ใกล้เคียงกับตลาดนัดสวนจตุจักร บริหารงานโดยเอกชน คือ บริษัทธนสารสมบัติ บนพื้นที่ให้เช่าของการรถไฟ

แห่งประเทศไทย (วิกิพีเดีย, 2551 : ออนไลน์) สินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทพันธุ์ปลาสวยงาม เปิดให้ประชาชนเลือกซื้อสินค้าในวันและเวลาเดียวกับตลาดนัดสวนจตุจักร

ตลาดนัดอีกทางเลือกหนึ่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ตั้งอยู่ที่ถนนพุทธมณฑลสาย 3 เลียบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ภายใต้การบริหารของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร เปิดให้บริการประชาชนตั้งแต่วันที่ 13 พฤษภาคม 2543 ตลาดนัดแห่งนี้เกิดขึ้นเนื่องจากทางกรุงเทพมหานครมีโครงการจัดสร้างตลาดขนาดใหญ่และสวนสาธารณะในเขตฝั่งธนบุรี เป็นตลาดนัดต้นไม้ และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ มากมาย อาทิ เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับ อาหารสด พืชผักผลไม้ นานาชนิด รวมทั้งสัตว์เลี้ยงหลากหลายพันธุ์ พื้นที่เฉพาะส่วนตลาดประมาณ 40 ไร่ พร้อมด้วยสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ 60 ไร่ (สำนักงานตลาด, 2551 : ออนไลน์) จัดไว้เป็นสวนสาธารณะเพื่อพักผ่อน สนามเครื่องบินบังคับ และสระน้ำสำหรับเรือบังคับขนาดเล็ก มีแผงค้ามากกว่า 4,000 แผง โดยแบ่งร้านค้าออกเป็น 11 โซนตามประเภทสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 9.00 น. – 22.00 น. แต่ร้านค้าส่วนใหญ่เปิดจำหน่ายสินค้าในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ มีเพียงบางโซนเท่านั้นที่เปิดจำหน่ายทุกวัน เช่น โซนต้นไม้ กกล้วยไม้ และสัตว์เลี้ยง ปัจจุบันตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) นับเป็นตลาดที่จำหน่ายกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (วิกิพีเดีย, 2551 : ออนไลน์)

ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ตลอดจนเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้คนที่มาเลือกซื้อสินค้า แต่จากการที่ผู้ศึกษาได้เข้าไปใช้บริการ และสอบถามปัญหาต่าง ๆ จากผู้ขาย ได้รับทราบข้อมูลว่า ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ประสบปัญหาหลายประการ เช่น มีผู้มาซื้อสินค้าในวันธรรมดาไม่มากนัก การเดินทางมาไม่ค่อยสะดวกเพราะมีรถประจำทางผ่านเพียงไม่กี่สาย สถานที่จอดรถต้องเดินไกล เป็นต้น

จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ว่ามีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างไร โดยจะนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มาหาซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร

## 1.3 นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการเลือกซื้อ** หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่เคยซื้อหรือทำการซื้อสินค้า หรือบริการในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร

**ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)** หมายถึง ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นจากนโยบายของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ประชาชนฝั่งธนบุรีมีสถานที่จำหน่ายสินค้า และพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในวันหยุด ตั้งอยู่ที่ถนนพุทธมณฑลสาย 3 เลียบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1) ทำให้ทราบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดธนบุรี(สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร
- 2) ทำให้ทราบแนวโน้มของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าในอนาคต ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับทิศทางในการดำเนินงานและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปปรับใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ร้านค้าต่าง ๆ ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ต่อไป