

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ตลาดสด เป็นรากฐานสำคัญของโครงสร้างเมือง และเป็นศูนย์กลางวิถีชีวิตชุมชนชาวไทย ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม มีบทบาทหน้าที่เป็นพื้นที่พบปะของผู้คนเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้งในชุมชนเองและระหว่างเมืองต่างๆ ปัจจุบัน เมื่อเมืองมีการขยายตัวตามการเพิ่มของประชากรจึงเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้จำนวนและรูปแบบของตลาดสดรวมทั้งวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นเกิดการเปลี่ยนแปลงจากการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย ที่มีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยแบบเก่าที่เป็นการอุดหนุนเกื้อกูลกันรู้จักคุ้นเคยกันตามร้านค้าที่อยู่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัยหรือตลาดสด ได้เปลี่ยนเป็นการดำเนินชีวิตที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น (วิไลรัตน์ เสียมภักดี, 2553)

ตลาดสดของจังหวัดเชียงใหม่ ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของชุมชนในแต่ละอำเภอ โดยมีตำแหน่งที่ตั้งสัมพันธ์กับชุมชน ถนน และประตูเมือง รวมถึงองค์ประกอบด้านการคมนาคมขนส่ง เช่น ท่าเรือ เพื่อความสะดวกในการขนถ่ายสินค้า ต่อมา เมืองกับชนบทได้มีการขยายตัวกว้างขึ้น ภายหลังจากใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) เนื่องจากพื้นที่ชนบทถูกเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตจากการบริโภคในครัวเรือนเป็นการผลิตเพื่อค้าขาย เมื่อมีการตัดถนนเข้าสู่หมู่บ้าน ชุมชนก็ได้เริ่มหันมาพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก และรับเอาวิถีชีวิตชาวเมืองเข้ามาสู่ชุมชน การขยายตัวของเมืองเริ่มกระจายไปสู่บริเวณรอบนอกมากขึ้น และมีขนาดใหญ่เกินกว่าตลาดเดิมที่มีอยู่จะให้บริการได้ทั่วถึงอย่างเพียงพอแก่พื้นที่ของเมืองที่อยู่ห่างไกลออกไปจากบริเวณพื้นที่ที่ตลาดเดิมให้บริการอยู่ จึงมีตลาดใหม่ๆ เกิดขึ้นต่อมา โดยทำเลที่ตั้งสัมพันธ์กับชุมชนซึ่งจะตั้งอยู่ใกล้กับย่านการค้าที่มีมาแต่อดีต และย่านที่พักอาศัยของชุมชน ซึ่งปัจจุบันมีตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่จำนวน 10 แห่ง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555) และช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประชาชนได้จับจ่ายซื้อขายในตลาดสดน้อยลง และใช้บริการของห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่แทน เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด และสินค้าหลากหลายมากกว่า ส่งผลให้จำนวนตลาดสดลดน้อยลงจากในอดีตที่ผ่านมา โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาคาดว่ามีตลาดสดในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ปิดตัวลงไปมากกว่า 10 แห่ง หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 30 (ภัทรพงษ์ ตั้งสุทธิธรรม, 2555: สัมภาษณ์)

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการตลาดสดรวมถึงพ่อค้าแม่ค้าของสดในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ กำลังได้รับผลกระทบจากการลงทุนของผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่กลุ่ม โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ค่อนข้างมาก จากการเปิดเสรีทางการค้าในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีการเปิดโอกาสให้ กระแสทุนจากต่างชาติเคลื่อนย้ายเข้ามามีบทบาทต่อระบบธุรกิจและเศรษฐกิจไทย โดยผู้ค้าปลีก ยักษ์ใหญ่เหล่านี้มีเป้าหมายอย่างชัดเจนในการเข้ามาแทนที่ตลาดสด ห้างขนาดกลาง และร้านค้า ปลีกหรือร้าน “โชห่วย” ในชุมชน ส่งผลให้จำนวนร้านขายของชำในชุมชนมีจำนวนลดลง ซึ่งใน ปัจจุบันกลุ่มโมเดิร์นเทรดก็ได้มีการปรับตัวลดขนาดห้างลง (Downsizing) เป็นร้านขนาดกลางและ ขนาดเล็ก และมีโครงการตั้งร้านดีเคอร์ไพรซ์เช่น บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ โลตัส เอ็กซ์เพรส คอนวีเนียนสโตร์ ของเทสโก้ โลตัส ที่ได้ลดขนาดพื้นที่ของห้างให้เล็กลงและเปิดให้บริการตาม ชุมชนต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการเข้าสู่ชุมชนได้สะดวกและใกล้ชิด มากยิ่งขึ้น เช่น โลตัส เอ็กซ์เพรส สาขาตลาดต้นพยอม บนถนนสุเทพ และยังสามารถเปิดสาขาใน บัมม้าน้ำมันเอสโซ่หลายสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มโมเดิร์นเทรดรายอื่นๆ ที่มีห้าง ร้านในลักษณะคอนวีเนียนสโตร์แบบเดียวกับ โลตัส เอ็กซ์เพรส หรือเซเว่น - อีเลฟเว่นเกิดขึ้นอีก จำนวนมาก ซึ่งการแข่งขันระหว่างกลุ่มโมเดิร์นเทรดด้วยกันเองก็จะมี ความรุนแรงยิ่งขึ้น ส่งผลให้ ผู้ประกอบการตลาดสดและพ่อค้าแม่ค้าของสดได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง (ประชาชาติธุรกิจ, 2554: ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันตลาดสดในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีการปรับโฉมใหม่ ไม่ แตกต่างไปจากห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ แต่ยังมีจุดเด่นในด้านการบริการ โดยผู้ซื้อผู้ขายมี ความสัมพันธ์แบบญาติมิตร และคุ้นเคยกันตามวิถีชีวิตแบบไทย นอกจากนี้ ตลาดสดในจังหวัด เชียงใหม่ เริ่มให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ประสมทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เช่น ด้านสถานที่ มีการ รักษาความสะอาด ไม่ให้เปียกแฉะแฉะ มีการระบายอากาศเพียงพอ มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า อย่างเพียงพอ ส่วนด้านราคา ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในราคาขอมเยาและสามารถต่อรอง ราคาได้ มีการขายปลีกและแยกขายตามความต้องการของผู้ซื้อ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ขายวางสินค้า เป็นหมวดหมู่ ไม่ปะปนกัน เพื่อสะดวกในการดูแลความสะอาด เป็นต้น (สำนักงานการค้าภายใน จังหวัดเชียงใหม่, 2551) ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ก็มีการ เปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการจับจ่ายสินค้าในสถานที่ที่มีความ สะดวกสบายมากขึ้น การชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต ประกอบกับกลยุทธ์ทางการตลาดของ ธุรกิจโมเดิร์นเทรดที่มีทั้งการลดราคา การสมัครสมาชิก และ การสะสมแต้ม เป็นต้น ส่งผลให้พ่อค้า แม่ค้าในตลาดสดจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง ทั้งจากภาพลักษณ์ที่คนส่วนใหญ่ยังคิดว่าตลาดสดมีความไม่ถูกสุขลักษณะ มีน้ำขังแฉะแฉะ มีกลิ่นเหม็นจากท่อระบายน้ำ มี ขยะเกลื่อนกลาด เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงจากตลาดสดหันไปนิยมซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ

“ตลาดคิดแอร์” กันมากขึ้น การจับจ่ายสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยหรือโชว์ห่วย หรือการเดินทางตลาดสดก็อาจลดจำนวนลงเรื่อยๆ เมื่อเทียบกับในอดีต (คาราวรรณ สุกหลวงศ์, 2552)

ด้วยเหตุนี้เอง ผู้ประกอบการตลาดสดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตลาดแบบวิถีไทย และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับร้านค้ากลุ่มโมเดิร์นเทรดได้ โดยหันมาให้ความสำคัญกับการพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดบริการ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อรักษาฐานผู้บริโภคเดิม และเพิ่มฐานผู้บริโภคใหม่ในระยะยาว ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการตลาดสดสามารถนำผลการศึกษามาปรับปรุงและเป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดบริการของตลาดสดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเพื่อรักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน รวมถึงขนบธรรมเนียมการจับจ่ายซื้อขายสินค้าแบบพื้นเมืองชาวเหนือ รวมถึงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของผู้ประกอบการตลาดสดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตลาดสด หมายถึง สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่พักผ่อน เพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอื่นที่มีสภาพเป็นของสดประกอบ หรือ ปรุงแล้ว หรือของเสี ยง่าย ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น ด้วยหรือไม่ก็ตาม (พระราชบัญญัติการ

สาธารณสุข พ.ศ.2535) (การศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ตลาดสดในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ตลาดสันป่าข่อย ตลาดเมืองใหม่ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดสมเพชร ตลาดวโรรส ตลาดคำเที่ยง ตลาดต้นพยอม ตลาดประตูก้อม ตลาดหนองหอย และตลาดธานีรินทร์)

ผู้บริโภครวม หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าจากตลาดสดในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ตลาดสันป่าข่อย ตลาดเมืองใหม่ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดสมเพชร ตลาดวโรรส ตลาดคำเที่ยง ตลาดต้นพยอม ตลาดประตูก้อม ตลาดหนองหอย และ ตลาดธานีรินทร์