



ที่ ศธ ๐๕๓๒.๑๔ / ๙๒๒๒

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ถนนพหลโยธิน อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๐๐

๑๘ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์ในวารสารมังรายสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เรียน คุณกริชชัย ขาวจ้อย

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค
ด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์” เพื่อตีพิมพ์ลงในวารสาร
มังรายสาร สถาบันภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย นั้น

บัดนี้ บทความของท่านได้ผ่านการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยกองบรรณาธิการ
และผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว และกองบรรณาธิการยินดีที่จะดำเนินการตีพิมพ์บทความของท่าน
ในวารสารมังรายสาร สถาบันภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒
ประจำเดือน กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๑ นี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์อดิสรณ์ ประทุมถิ่น)

ผู้อำนวยการสถาบันภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วารสารมังรายสาร สถาบันภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๗๗ ๖๐๐๐, ต่อ ๑๖๙๑

โทรสาร ๐ ๕๓๗๗ ๖๐๓๑

www.crru.ac.th



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



มังรายสาร MANGRAI SAAN

Journal of Humanities and Social Sciences



ISSN 2672-9113

Volume 6 No. 2 July 2018

จากบรรณาธิการ

วารสารมังรายสาร Mangrai Saan Journal of Humanities and Social Sciences เป็นวารสารที่ได้รับการเปลี่ยนชื่อใหม่ จากเดิมชื่อวารสาร Journal of Perspectives on Development Policy in The Greater Mekong Region เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นวารสารด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านวิชาการแก่นักวิชาการและผู้สนใจ ปัจจุบันวารสารมังรายสารได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม 2 จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai - Journal Citation Index Center : TCI) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2562 (5 ปี) วารสารฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 ปีที่ 6 ประจำเดือนมิถุนายน - ธันวาคม พ.ศ. 2561 ประกอบด้วยบทความวิจัย 8 เรื่อง ประกอบด้วยการวิจัยด้านการวิจัยเพื่อพัฒนา และการวิจัยด้านภาษาเพื่อสะท้อนแนวคิดที่ปรากฏอยู่ในบริบทของการใช้ภาษาในรูปแบบต่างๆ

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากบทความที่นำเสนอ สามารถนำไปต่อยอดทางด้านวิชาการต่อไป และขอประชาสัมพันธ์สำหรับท่านที่มีบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ กองบรรณาธิการขอเชิญชวนท่านส่งบทความมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารมังรายสารฉบับต่อไป

บรรณาธิการ

ธันวาคม 2561

จากบรรณาธิการ

วารสารมังรายสาร Mangrai Saan Journal of Humanities and Social Sciences เป็นวารสารที่ได้รับการเปลี่ยนชื่อใหม่ จากเดิมชื่อวารสาร Journal of Perspectives on Development Policy in The Greater Mekong Region เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นวารสารด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านวิชาการแก่นักวิชาการและผู้สนใจ ปัจจุบันวารสารมังรายสารได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม 2 จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai - Journal Citation Index Center : TCI) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2562 (5 ปี) วารสารฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 ปีที่ 6 ประจำเดือนมิถุนายน - ธันวาคม พ.ศ. 2561 ประกอบด้วยบทความวิจัย 8 เรื่อง ประกอบด้วยการวิจัยด้านการวิจัยเพื่อพัฒนา และการวิจัยด้านภาษาเพื่อสะท้อนแนวคิดที่ปรากฏอยู่ในบริบทของการใช้ภาษาในรูปแบบต่างๆ

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากบทความที่นำเสนอ สามารถนำไปต่อยอดทางด้านวิชาการต่อไป และขอประชาสัมพันธ์สำหรับท่านที่มีบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ กองบรรณาธิการขอเชิญชวนท่านส่งบทความมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารมังรายสารฉบับต่อไป

บรรณาธิการ

ธันวาคม 2561

วารสารมังรายสาร
Mangrai Saan Journal Humanities and Social Sciences

เจ้าของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นสื่อกลางเผยแพร่ผลงานประเภทบทความวิจัย และบทความ
ทางวิชาการ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของอาจารย์
นักศึกษาและนักวิชาการ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

บรรณาธิการ อาจารย์อดิสรณ์ ประทุมถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
กองบรรณาธิการ

- | | |
|--|--|
| 1 ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ | 21 ศาสตราจารย์ ดร.Han Woo Lee |
| 2 ศาสตราจารย์ ดร.สมพงศ์ วิทย์ศักดิ์พันธุ์ | 22 รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัดนะสิมากุล |
| 3 รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา บำรุงรักษ์ | 23 รองศาสตราจารย์ ดร.ประนอม แก้วระคน |
| 4 รองศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา สุทธิวรรณ | 24 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล |
| 5 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร | 25 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน |
| 6 รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเรือง ชื่นสุวิมล | 26 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเวศ เวชชะ |
| 7 รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ สายแสง | 27 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล |
| 8 รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ช่างพึง | 28 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ โงมา |
| 9 รองศาสตราจารย์ ดร.เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ | 29 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัชย์ มั่งไธสง |
| 10 รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ อนันต์ศิริวัฒน์ | 30 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา อะทะวงษา |
| 11 รองศาสตราจารย์ ดร.สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ | 31 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสียม บุญพัฒน์ |
| 12 รองศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วงศ์วัฒนา | 32 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรพวง บุญพัฒน์ |
| 13 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จาวรรณ เบญจาทิกุล | 33 อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย |
| 14 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิกา พรหมมาศ | 34 อาจารย์ ดร.ชฎาพัศร์ สุขายาศ |
| 15 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงกรณ์ รอดทรัพย์ | 35 อาจารย์ ดร.ณัฐพล สันธิ |
| 16 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล คล้ายคลัง | 36 อาจารย์ ดร.วรรณวิรัตน์ ดุงคะเวทย์ |
| 17 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา เจียพงษ์ | 37 อาจารย์ ดร.ศิริพรรณ ชุมอินทจักร |
| 18 อาจารย์ ดร.ปฐมพงษ์ สุขเล็ก | 38 อาจารย์ ดร.ศิวกรณ์ สองแสน |
| 19 อาจารย์ ดร.พรหมพิสิฐ พันธุ์จันทร์ | 39 อาจารย์ ดร.สมยศ จันทร์บุญ |
| 20 อาจารย์ ดร.ไกรรุ่ง อามระดิช | 40 อาจารย์ ดร.สหทัย ลิทธิวิเศษ |

ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่

สถาบันภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

80 หมู่ 9 ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย 57100

โทรศัพท์ 0-5377-6000 ต่อ 1691

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบเชิงวิชาการจากกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่านต่อบทความ

ลิขสิทธิ์ของบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

สารบัญ

“ผี” ในสำนวนจีน : โลกทัศน์ของชาวจีนต่อมนุษย์และธรรมชาติ <i>Chinese idioms which consist of the word “Gui (鬼 “ghost”):</i> <i>The worldviews of Chinese people which a towards human and nature</i> เกรียงไกร กองแสง	1
วิเคราะห์การใช้ภาพพจน์เพื่อถ่ายทอดพุทธธรรมคำสอน ด้านการเจริญพระกรรมฐานของพระราชพรหมยาน <i>An analyze of the used of figurative language to convey the Buddhist</i> <i>Teaching on the development of meditation by Praratchaphromyaan</i> อดิสรณ์ ประทุมกลิ่น พัทรินทร์ อนันต์ศิริวัฒน์ และพรหมพิสิฐ พันธจันทร์	21
ไถยong : ประวัติศาสตร์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารที่ยาวนาน ของบ้านดอนหลวง <i>Tai Yong: A long history of food cultural identity of Ban Donluang</i> ปิยมาศ มawangค์	33
<u>การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง</u> <u>ของตลาดสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษาตลาด</u> <u>ไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล2 และตลาดเทศบาล3</u> <i>Comparative Study of Consumer Satisfaction on Location Selection of Fresh</i> <i>Market in the district of Phetchabun Province: Case Study of Thai Phatana</i> <i>Thaphol Market, Municipality Market 2 and Municipal Market 3</i> กริชชัย ขาวจ้อย	45

สารบัญ (ต่อ)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้งานเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถ ในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัย <i>Work – Based Learning to promote Early Childhood Education Students in Learning Experiences for Young Children</i> กุลธิดา มีสมบุรณ์	65
การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี <i>Establishing of Creative Tourism Route in Chaiya District, Suratthani Province</i> วิศรา สมเกียรติกุล กมล เรืองเดช และบุญฤกษ์ บุญคง	79
การบูรณาการองค์ความรู้การออกแบบเพื่อเพิ่มศักยภาพ โรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง <i>Integrating knowledge to maximize the potential of design of small ceramic factory plants: Ko Kha district, Lamphang.</i> เจษฎา ทองสุข สมชาย เข้ายพุกชาวัลย์ และธงชัย ปันสุข	103
ทัศนคติต่อการพัฒนาทักษะการใช้ความคิดเชิงวิจารณ์ญาณ ในการเรียนวรรณคดีของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ในระดับมหาวิทยาลัย <i>Attitudes Towards Critical Thinking Skill Development in Studying Literature of EFL Learners at Undergraduate Level</i> วาทีพันธ์ มาตมูล และสุกัญญา เกาะวิวัฒนากุล	119

การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการเลือก

ทำเลที่ตั้งของตลาดสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ :

กรณีศึกษาตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล2 และตลาดเทศบาล3

Comparative Study of Consumer Satisfaction on Location Selection of
Fresh Market in the district of Phetchabun Province:

Case Study of Thai Phatana Thaphol Market, Municipality Market 2
and Municipal Market 3

กริชชัย ขาวจ้อย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้ง เมื่อทำเลที่ตั้งของตลาดสดแตกต่างกันและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการ เป็นประจำ จากตัวอย่าง 360 คน โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ใช้สถิติพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวน และสมการถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 36- 45 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำอยู่ในระดับดี ทำเลที่ตั้ง ที่ต่างกันส่งผลให้ ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งอิทธิพลร่วมต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ คือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ ด้านตลาด และด้านการขนส่ง ส่วนด้านแหล่งแรงงาน ด้านที่ดิน และด้านปัจจัยอื่นๆ นั้นมีผลแบบรายด้านเท่านั้น และตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ เป็นไปตามสมมติฐานทุกข้อ

คำสำคัญ: การศึกษาเปรียบเทียบ, ความพึงพอใจ, การเลือกทำเลที่ตั้ง

ABSTRACT

This research aims to study of consumers' satisfaction on the location of the repeat used fresh market in the district of Phetchabun Province. Purposed of this study was to Consumers' satisfaction survey on location of the fresh market where repeat consume. To compare when the location is different. To study consumers' satisfaction on location of fresh market that affects the repeat consumes. This research used 360 sample sizes by purposive sampling; use statistics as descriptive, one-way ANOVA and multiple regressions in stepwise method. The research found that the majority were female 65.3%, 36-45 years old, average income per month under or equal 10,000 Baht and had bachelor degree. Consumers' satisfaction on the location of the fresh market had a good level. Different location affected to consumers' satisfaction on location. Consumers' satisfactions on location factors which can predict the influence of repeat consume level together are source of raw materials, market and transportation. But in source of land, labor and other factors can individual predicted only. And (5) the fresh markets which repeat consume have related the favorite fresh markets.

Keywords: SATISFACTION, LOCATION SELECTION, COMPARATIVE STUDY

บทนำ

ในปัจจุบัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ตามห้างสรรพสินค้ามีเกือบทุกจังหวัดในประเทศไทย และมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นมากมาย จนทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scales) ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย ต่อหน่วยลดต่ำลง หรือทำให้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่า ประกอบกับการจัดการโลจิสติกส์ การบริหารจัดการ กระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าตลาดสดทั่วไปอย่างชัดเจน ปัญหาคือความไม่พร้อมของตลาดสดไทย ไม่สามารถแข่งขันกับ ซูเปอร์มาร์เก็ต ตามห้างสรรพสินค้าได้ ผลกระทบจึงเกิดขึ้น

ทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย ภาพลักษณ์ตลาดสดของไทยโดยทั่วไปนั้นมีความสกปรก ไม่มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ หากตลาดสดยังไม่มีการพัฒนา จะทำให้ปริมาณผู้ใช้บริการตลาดลดน้อยลง ประเภทสินค้าที่ตลาดสดมีขาย ซูเปอร์มาร์เก็ต ก็มีขายเช่นกัน แต่ตลาดสดเองก็มีศักยภาพ หรือภาพลักษณ์บางอย่างที่ซูเปอร์มาร์เก็ตไม่มี เช่น ความสดใหม่ของสินค้าบางประเภท หรือ ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ความมีชีวิตชีวาในการซื้อขาย แต่แล้วตลาดสดกลับประสบปัญหาที่หลายคนมองข้ามไป ดังนั้นปัญหาวิจัยนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับ ตลาดสดจะต้องพัฒนาตัวตลาดให้มีคุณภาพมากขึ้น มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ามั่นใจ ความพึงพอใจและเลือกใช้บริการตลาดต่อไป สภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาแม่ค้าตลาดสด (25 กันยายน 2017, <http://www.bbc.com>) แม่ค้าตลาดสดไทยกำลังฟื้นตัว แต่ชาวบ้านรากหญ้าและแม่ค้าในตลาดสดกลับเห็นสวนทาง โดยระบุว่า รายได้หายไปกว่าครึ่ง เพราะลูกค้าซื้อน้อยลง ขณะที่ผู้ซื้อบางส่วนก็หายไป หลังจากนโยบาย จัดระเบียบทางเท้า ด้านยอดขายสินค้าอุปโภคบริโภคยังซบเซาสุดในรอบสิบปี ทั้งที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแหล่งจับจ่ายใช้สอยสำคัญของผู้บริโภคในต่างจังหวัด ย่อมหนีไม่พ้นตลาดสด หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ คือความพึงพอใจของผู้บริโภค ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการนั้นๆ ก็ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่วัดความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน (พิชิต สุขเจริญพงศ์, 2552) องค์การที่ประกอบธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ ที่ประสบ และไม่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินกิจการ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง เนื่องมาจากการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพราะมีผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาว และสร้างรายได้เปรียบในเชิงแข่งขันทางธุรกิจ แต่ตลาดสดในปัจจุบันที่มีการเลือกทำเลที่ตั้งถาวร เป็นเรื่องยาก ที่จะทำการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้ง ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาวิจัยเรื่องทำเลที่ตั้งของตลาดสด ถึงแนวทางในการพัฒนาให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น อันจะส่งผลให้ตลาดสดมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มขึ้นตามมา

(สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์, 2560) รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์ สภาพเศรษฐกิจจากข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปี 2558 จังหวัดเพชรบูรณ์ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ณ ราคาประจำปี 84,912 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อคน (GPP per capital) 92,171 บาท ผลิตภัณฑ์มวลรวม

จังหวัดต่อคน (GPP per capital) 92,171 บาท เมื่อพิจารณาด้านสาขาการผลิตที่ทำรายได้ให้แก่จังหวัดมากที่สุดคือ สาขาเกษตรกรรม ซึ่งมีมูลค่า 26,328 ล้านบาท (ร้อยละ 31.0 ของมูลค่าทั้งหมด) รองลงมาคือสาขาอุตสาหกรรม 17,013 ล้านบาท (ร้อยละ 20.0) และสาขาการขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน 9,129 ล้านบาท (ร้อยละ 10.8) ซึ่งจะเป็นผลกระทบเชิงบวกจากการดำเนินงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้โดยตรง

และเมื่อพิจารณาด้านการท่องเที่ยวพบว่า ในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1,768,926 คน เพิ่มมากกว่าในปี 2558 และ 2557 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ระยะเวลาพำนักระยะที่ 2 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 1,333 บาทต่อคนต่อวัน จังหวัดเพชรบูรณ์มีรายได้จากการท่องเที่ยว 5,959 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนมหาศาล โดยวิสัยทัศน์ของจังหวัดคือ ดินแดนแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน “จังหวัดเพชรบูรณ์จะมุ่งส่งเสริมการเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ใช้ศักยภาพทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมกับการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ไปสู่การเป็นเมืองแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน” มียุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ 4 ปี (พ.ศ.2559-2561) ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนา ขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาศักยภาพ การผลิต แรงงาน การบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งจากยุทธศาสตร์นี้จะเห็นได้ว่า จังหวัดเพชรบูรณ์ต้องการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้หลักการบริหารจัดการ

ตลาดสดในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นหนึ่งในช่องทางสำคัญในการจัดจำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารสด และของฝาก เมื่อนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้พำนักอยู่ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยว ย่อมเกิดการบริโภคจำนวนมากตามมา ผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวต้องจัดเตรียมวัตถุดิบไว้รองรับ และผู้ใช้บริการตลาดสดทั่วไปก็ยังใช้บริการอยู่เป็นประจำเพื่อการดำรงชีพ การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของตลาดสดจึงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ 4 ปี (พ.ศ. 2559-2561) และส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) โดยตรง ดังนั้นแล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่งได้ ให้สามารถ

สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้น และส่งผลให้ผู้บริโภคใช้งานตลาดสดนั้นอยู่เป็นประจำ งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ผู้บริโภคใช้ประจำ เพื่อเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมเดียวกัน ให้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสดแต่ละตลาดให้สามารถแข่งขันกันเองได้ และมุ่งที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการเป็นประจำ โดยตลาดสดที่ทำการศึกษาคือ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 จำนวน 3 ตลาด เนื่องจากเป็นตลาดสดในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก และตั้งอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว และผู้บริโภคที่ใช้บริการตลาดสดทั่วไปเดินทางมาเป็นประจำ

การทบทวนวรรณกรรม

(พิชิต สุขเจริญพงศ์, 2552) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ตั้งมีอยู่มากมายแต่มีเพียงปัจจัยไม่กี่อย่างที่มีผลสำคัญต่อการตัดสินใจ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ตลาด แรงงานที่ดิน การขนส่ง แหล่งพลังงานและสาธารณูปโภคต่าง

- วัตถุประสงค์ เพื่อลดต้นทุนการผลิตอันเกิดจากการขนส่งวัตถุดิบอุตสาหกรรมที่เลือกที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ

- ตลาด หรือ ผู้บริโภค กิจกรรมตลาดบางประเภทต้องตั้งใกล้ผู้บริโภค เพราะสินค้าเกิดการเน่าเสียได้ง่าย

- แรงงาน ตลาดที่ใช้แรงงานมาก ความเพียงพอของแรงงานตลอดจนค่าจ้างแรงงาน

- ที่ดิน การซื้อที่ดิน เพื่อปลูกสร้าง เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับเงินลงทุนก้อนใหญ่ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ มีราคาสูง

- การขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งก็จะส่งผลให้ราคาสินค้าสูงหรือต่ำลงได้ (สมศักดิ์ ตรีสัตย์, 2542) การขนส่งควรพิจารณา ถึงทางเลือกของการขนส่งระยะทาง เวลา ลักษณะและสภาพของเส้นทาง ปัญหาจราจร แนวโน้มในอนาคต ลักษณะภูมิประเทศ ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และอื่นๆ

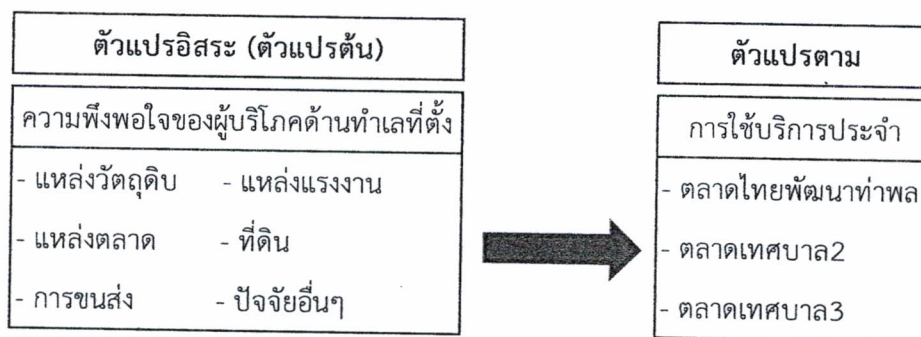
- พลังงาน ตลาดแต่ละรูปแบบมีความต้องการแหล่งพลังงาน ส่วนใหญ่ใช้พลังงานจากกระแสไฟฟ้า

- สาธารณูปโภค น้ำ ระบบน้ำบาดน้ำเสีย การจัดเก็บขยะ ระบบบำบัดสารเคมี ตลาดจำเป็นต้องรับผิดชอบ

(บดีนทร์ภัทร์ สิงโต และศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2559) ได้ศึกษาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าและความเชื่อถือต่อสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดนัดจตุจักร

กรอบแนวคิด

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูล จากผู้บริโภคที่ใช้บริการ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 เป็นประจำ โดยแบ่งข้อมูลตามลักษณะของตัวแปรออกเป็น 2 ส่วนตามกรอบแนวคิดงานวิจัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ ได้ใช้แนวคิด และทฤษฎีเรื่องการเลือกทำเลที่ตั้งของ (พิชิต สุขเจริญพงศ์, 2552) และ (สมศักดิ์ ตรีสัตย์, 2542) โดยครอบคลุมปัจจัยที่สำคัญของการเลือกทำเลที่ตั้ง 6 ด้าน

ส่วนตัวแปรตาม การใช้บริการประจำ งานวิจัยนี้ใช้แนวคิด ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของ (บดีนทร์ภัทร์ สิงโต และศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2559)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นประจำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษา ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นประจำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษา ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ

สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 อยู่ในระดับดี
2. ทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน
3. ตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ
4. ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบของการสำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ให้บริการ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 เป็นประจำ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) เป็นผู้บริโภคที่ให้บริการ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2

และตลาดเทศบาล3 เป็นประจำ โดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 323 คน จากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดสัดส่วน 30% ของประชากรที่ผู้วิจัย ต้องการสุ่มระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 111.46 เป็นการเผื่อกรณีไม่ตอบกลับหรือตอบคำถามไม่สมบูรณ์ ครบถ้วน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มี ดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 และ ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธี ของ Conbrach โดยมีสัมประสิทธิ์แอลฟา ที่ 0.86 จากการทดลองใช้ 20 ชุด ณ ตลาดนัด โดยสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ (ตัว แปรต้น) และการใช้บริการตลาดสดอยู่เป็นประจำ (ตัวแปรตาม) มีจำนวนทั้งสิ้น 360 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากเอกสาร งานวิจัย และตำราต่าง ๆ มีการประสานแนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจนได้มาซึ่งเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแต่ละชุดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้งาน ตลาดที่ชื่นชอบ และตลาดที่ใช้งานเป็นประจำ เป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาด สดที่ใช้ประจำ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด และทฤษฎีเรื่องการเลือกทำเลที่ตั้งของ (พิชิต สุขเจริญพงศ์, 2552) และ (สมศักดิ์ ตรีสัตย์, 2542) โดยครอบคลุมปัจจัยที่สำคัญของ การเลือกทำเลที่ตั้ง 6 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกจำนวน 36 ข้อ ประกอบ ไปด้วยข้อคำถามด้านต่างๆ คือ แหล่งวัตถุดิบ แหล่งแรงงาน แหล่งตลาด ที่ดิน การขนส่ง และปัจจัยอื่นๆ โดยให้ผู้ตอบประเมิน ความความพึงพอใจ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการตลาดสดอยู่เป็นประจำ ซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแบบสอบถามความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของ (บดินทร์ภัทร์ สิงโต และศรีณยพงศ์ เทียงธรรม, 2559) ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกจำนวน 5 ข้อ โดยให้ผู้ตอบประเมิน 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 คน ซึ่งเกินขนาดตัวอย่างที่คำนวณไว้ขั้นต่ำ เพื่อกรณีไม่ตอบกลับหรือตอบคำถามไม่สมบูรณ์ครบถ้วน

1. ค้นหาจำนวนรายชื่อตลาดสด และที่อยู่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ผู้ให้บริการใช้งานอยู่เป็นประจำ

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรง โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยไปขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล ณ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล2 และตลาดเทศบาล3 โดยรอรับกลับด้วยตนเองที่ตลาดสดนั้น

3. เก็บข้อมูลที่ได้จากหนังสือเอกสาร ตำราวิชาการ รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของผู้ศึกษาที่ได้ทำไว้ก่อน โดยนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้สำหรับกำหนดแนวทางการศึกษา โดยใช้วิธีการศึกษาและค้นคว้าด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์

1. สถิติพรรณนา คือค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ คือค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruency)

3. สถิติเชิงอ้างอิง และทดสอบสมมติฐาน

3.1. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของ ตลาดไทยพัฒนา ท่าพล ตลาดเทศบาล2 และตลาดเทศบาล3 อยู่ในระดับดี วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา

3.2. ทำเลที่ตั้งของตลาดที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method)

3.3. ตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ ใช้สถิติ Chi-square

3.4. ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ส่งผลต่อการใช้บริการเป็นประจำ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 360 คน จำแนกตามตัวแปรด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.3 ส่วนเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 36- 45 ปี ด้านรายได้ที่เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ด้านประสบการณ์ใช้งานตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ใช้งานตลาด 6 – 10 ปี ด้านตลาดสดที่ชื่นชอบพบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบตลาดไทยพัฒนาท่าพล ด้านตลาดสดที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการตลาดเทศบาล3 เป็นประจำ

และตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านแหล่งตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.18 รองลงมา คือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ย 3.17 ด้านการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ด้านปัจจัยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.04 ด้านที่ดินมีค่าเฉลี่ย 3.03 และน้อยที่สุด คือ

ด้านแหล่งแรงงาน มีค่าเฉลี่ย 3.03 และพบว่าระดับการให้บริการตลาดสดประจำ อยู่ใน
ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.13

ตารางที่ 1: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของ
ตลาดสดที่ใช้ประจำ จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด รายคู่

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด			Mean Dif (I-J)	Std. Error	Sig.
แหล่ง วัตถุดิบ	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.82854*	.07456	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.90307*	.08125	0.00*
แหล่ง แรงงาน	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.65159*	.08168	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.76069*	.08901	0.00*
ตลาด	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	1.08451*	.06583	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	1.03408*	.07174	0.00*
ที่ดิน	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.66771*	.07947	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.70616*	.08660	0.00*
การขนส่ง	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.51096*	.08072	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.83243*	.08797	0.00*
ปัจจัยอื่นๆ	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.45869*	.07606	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.72978*	.08289	0.00*
รวมการ เลือกทำเล ที่ตั้ง	ตลาดเทศบาล3 (I)	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล (J)	.70011*	.05480	0.00*
		ตลาดเทศบาล2 (J)	.82763*	.05972	0.00*

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 1 ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้งานตลาดสดประจำตามทำเลที่ตั้งที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำโดยรวมแตกต่างกัน และรายข้อทุกข้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 จากการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method) พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านรวมการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำทั้งหมด จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ตลาดเทศบาล3 มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดมากที่สุด รองลงมาคือตลาดไทยพัฒนาท่าพล และน้อยที่สุดคือตลาดเทศบาล2

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ ด้านแหล่งวัตถุดิบ ด้านแหล่งแรงงาน ด้านที่ดิน ด้านการขนส่ง และด้านปัจจัยอื่นๆ จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ตลาดเทศบาล3 มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดมากที่สุด รองลงมาคือตลาดไทยพัฒนาท่าพล และน้อยที่สุดคือตลาดเทศบาล2

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ ด้านตลาด จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ตลาดเทศบาล3 มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดมากที่สุด รองลงมาคือตลาดเทศบาล2 และน้อยที่สุดคือตลาดไทยพัฒนาท่าพล

ตารางที่ 2: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำ กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ

		ตลาดที่ชื่นชอบ			Total
		ไทยพัฒนา	เทศบาล	เทศบาล	
		ท่าพล	2	3	
ตลาดที่ใช้อยู่เป็นประจำ	ตลาดไทยพัฒนาท่าพล	112	2	14	128
	ตลาดเทศบาล2	11	83	16	110
	ตลาดเทศบาล3	5	9	108	122
Total		128	94	138	360

Chi-square = 421.281^a df = 4 Asymp.Sig (2-sided) = .000*

จากตารางที่ 2 จากการทดสอบค่าไค-สแควร์ พบว่าตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีความสัมพันธ์กับตลาดสด ที่ผู้บริโภคชื่นชอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ไค-สแควร์ = 421.281^a, Sig. = .000) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

ตารางที่ 3: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ด้านต่างๆ

	แหล่งวัตถุดิบ	แหล่งแรงงาน	รวมตลาด	รวมที่ดิน	รวมการขนส่ง
แหล่งแรงงาน	.777**				
ตลาด	.349**	.280**			
ที่ดิน	.710**	.742**	.249**		
การขนส่ง	.594**	.658**	.248**	.690**	
ปัจจัยอื่นๆ	.661**	.725**	.215**	.722**	.746**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เมื่อทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่าค่าของตัวแปรที่มีค่าสหสัมพันธ์ สูงเกิน 0.7 มีจำนวน 6 คู่ ตามผลการผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 3 แต่ในงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบ Stepwise ซึ่งโปรแกรม SPSS จะมีการคัดเลือกตัวแปรเข้าสมการ เพื่อลดปัญหาการเกิดตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง (Multicollinearity)

ตารางที่ 4: การวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ที่ส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ

ตัวแปร	B	SE	Beta	Sig
ค่าคงที่	1.756	0.05		0.000*
รวมแหล่งวัตถุดิบ	0.137	0.016	0.336	0.000*
รวมตลาด	0.175	0.013	0.435	0.000*
รวมการขนส่ง	0.125	0.015	0.307	0.000*
$R^2 = 0.687$, $SEE = 0.16883$, $F = 260.057$, $Sig. \text{ of } F = .000$				

จากตารางที่ 4 และตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำร่วมกัน คือ X_1 = ด้านแหล่งวัตถุดิบ X_2 = ด้านตลาด และ X_3 = ด้านการขนส่ง โดยสามารถอธิบายได้จากสมการ $Y = 1.756 + 0.137X_1 + 0.175X_2 + 0.125X_3$ โดยที่ Y = ระดับการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำได้ 68.7% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านแหล่งแรงงาน ด้านที่ดิน และด้านปัจจัยอื่นๆ นั้นมีผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ แบบรายด้านเท่านั้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 4

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษาตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 โดยสุ่มตัวอย่าง 360 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ โดยรวมในระดับดี โดยด้านแหล่งตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ ด้านการขนส่ง ด้านปัจจัยอื่นๆ ด้านที่ดิน และน้อยที่สุด คือด้านแหล่งแรงงาน ส่วนระดับการใช้บริการตลาดสดประจำ อยู่ในระดับดี เป็นไปตามสมมุติฐาน ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งทั้งหมดของตลาดสดที่ใช้ประจำ จำแนกตามทำเลที่ตั้งของตลาดสด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ตลาดเทศบาล 3 มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดมากที่สุด รองลงมาคือตลาดไทยพัฒนาท่าพล และน้อยที่สุดคือตลาดเทศบาล 2 เป็นไปตามสมมุติฐาน โดยที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำ รายด้านแต่ละด้าน ล้วนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และยังพบว่าตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำร่วมกัน คือ X_1 = ด้านแหล่งวัตถุดิบ X_2 = ด้านตลาด และ X_3 = ด้านการขนส่ง โดยสามารถอธิบายได้จากสมการ $Y = 1.756 + 0.137X_1 + 0.175X_2 + 0.125X_3$ โดยที่ Y = ระดับการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำส่วนด้านแหล่งแรงงาน ด้านที่ดิน และด้านปัจจัยอื่นๆ นั้นมีผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ แบบรายด้าน เท่านั้นอย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยทุกข้อ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ :กรณีศึกษาตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ได้ข้อสรุปซึ่งอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. จากสมมุติฐานข้อที่ 1 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 อยู่ในลำดับดีเป็นไปตามสมมุติฐาน เมื่อพิจารณารายด้าน คือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ ด้านการขนส่ง ด้านปัจจัยอื่นๆ ด้านที่ดิน และน้อยที่สุด คือด้านแหล่งแรงงาน

2. จากสมมุติฐานข้อที่ 2 ทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ใช้ตลาดสดประจำ ตามทำเลที่ตั้งที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ใช้ประจำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน สอดคล้องกับผลงานของ (มีชนัตตา เเงะผล, 2551 และวรรณาทองเย็น, 2561) ที่ได้ศึกษาลักษณะของทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตลาดสด และร้านค้าปลีก แตกต่างกัน

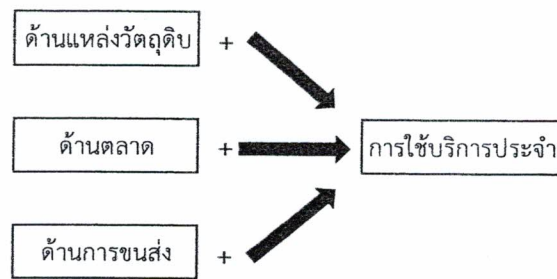
3. จากสมมุติฐานข้อที่ 3 ตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำ มีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบจากผลการวิจัยพบว่าตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำ มีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Hellier, Geursen, Carr & Rickard, 2003) ที่พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบในตราสินค้า สัมพันธ์กับการซื้อสินค้าซ้ำ และผลงานวิจัยของ (Cronin, Brady & Hult, 2000) ที่ค้นพบว่าความพึงพอใจส่งผลให้เกิดความชื่นชอบในตราสินค้า ความตั้งใจในการซื้อซ้ำในระยะเวลาต่อมา อีกทั้งความพึงพอใจของลูกค้ายังส่งผลโดยตรงกับการรักษารฐานลูกค้า และสถานะทางการเงินของธุรกิจ

4. จากสมมุติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ จากผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ด้านต่างๆที่สามารถนำมาทำนายอิทธิพลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำร่วมกันได้คือ ด้านแหล่งวัตถุดิบ ด้านตลาด และด้านการขนส่ง เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย โดยสอดคล้องกับงานของ (ภาวิณี ภาณุจนาภา, 2554) ที่พบว่าชนิดของสินค้า การบริการ และความสะอาดของทำเลที่ตั้งของร้านค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานของ (กิตติศักดิ์ อาสาวงศ์, 2556) ที่พบว่าปัจจัยด้านผู้อยู่อาศัยบริเวณทำเลนั้น และด้านความสะอาด ในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ตรงกับงานศึกษาของ (ปรีชญา โรจน์ฤตากร, 2556) ที่ศึกษาแล้วพบว่าการสัญจรทางรรอบ

ตลาดสดมีการจรรยาบรรณแน่นโดยเฉพาะวันกิจกรรมตลาดนัด ส่งผลต่อความพอใจในการมาซื้อสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ (ปิยฉัตร เอกศักดิ์พรทวี, 2551) ที่พบว่าปัจจัยในการเลือกใช้บริการตลาดสด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่ผู้บริโภคต้องการแหล่งซื้อสินค้าที่สามารถเดินทางไป-มาสะดวก ใกล้แหล่งที่พัก สอดคล้องกับการศึกษาของ (มานิชญ์ เพ็ญ สุวรรณ, 2546) ที่รายงานผลว่าปัจจัยทางด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการธุรกิจทางการค้า

ส่วนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสด ด้านแหล่งแรงงาน ด้านที่ดิน และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่สามารถนำมาทำนายอิทธิพลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำร่วมกันได้ แต่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ (ปริชญา โรจน์ฤตากร, 2556) ที่ศึกษาพบแนวทางการพัฒนาตลาดสดสีเขียวรังสิตโดยการ เพิ่มจำนวนอ่างล้างจานล้างมือ จัดพื้นที่สูบบุหรี่ คัดแยกขยะ จัดระเบียบจุดรวมขยะ สอดคล้องกับ (ภาวิณี กาญจนภา, 2554) ที่พบว่าการบริหารจัดการพื้นที่วางแผนผังร้านค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตรงกับแนวคิดของ (ดาราวรรณ สกุลวงศ์, 2552) ที่วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซื้อด้านการบริการของตลาดในเรื่องการปฏิบัติตัวของผู้จำหน่ายสินค้า

กล่าวโดยสรุป พบว่าในหลายด้านของการเลือกทำเลที่ตั้งตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้ประจำ ของงานวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นต่างๆ และแนวคิดที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมไว้ ถึงแม้จะมีบางประเด็นแตกต่างกันบ้างแต่ก็ไม่ถึงกับขัดเจนนัก และหลังจากทำการวิจัยสามารถสรุปการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ได้คือ ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งของ ตลาดไทยพัฒนาท่าพล ตลาดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3 อยู่ในระดับดี โดยทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน และตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับตลาดสดที่ผู้บริโภคชื่นชอบ และรูปแบบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: รูปแบบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการใช้บริการตลาดสดเป็นประจำ

ข้อเสนอแนะ

1. จากงานวิจัยพบว่ารูปแบบการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่เป็นประจำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จะเน้นไปที่การเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านตลาด ด้านแหล่งวัตถุดิบ และด้านการขนส่ง หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับตลาดสดเกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานที่รับผิดชอบ พ่อค้าแม่ค้า เจ้าของตลาด นักลงทุน ต้องการนำเอาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาตลาดสด หรือจัดตั้งตลาดสดใหม่สามารถนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับสมรรถภาพของตัวเอง โดยการเลือกทำเลที่ตั้งด้านตลาด แนวทางการพัฒนาหรือจัดตั้งตลาดสดใหม่ จะต้องมุ่งเน้นไปที่ ต้องตั้งใกล้แหล่งที่มีประชากรอาศัยอยู่ หรือทำงานอยู่จำนวนมากมีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก และหลากหลาย และลูกค้าสะดวกที่จะนำสินค้ามาเปลี่ยนกรณีสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ

ในการเลือกทำเลที่ตั้งด้านแหล่งวัตถุดิบนั้น แนวทางการพัฒนาหรือจัดตั้งตลาดสดใหม่ จะต้องมุ่งไปที่ตลาดสดจะต้องสามารถจัดหาหรือตั้งอยู่ในที่วัตถุดิบมีความหลากหลาย มีราคา มีชนิดและปริมาณเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ

และในการเลือกทำเลที่ตั้งด้านการขนส่ง แนวทางการพัฒนาหรือจัดตั้งตลาดสดใหม่ จะต้องมุ่งไปที่สามารถเดินทางมาได้สะดวกสบาย มีรถโดยสาร รถประจำทาง รถบริการวิ่งผ่าน ถนนหนทางในการมาตลาดสดไม่มีอุปสรรค ไม่มีปัญหาด้านระบบการจราจรสามารถมาใช้บริการได้รวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางผู้บริโภคสามารถรับได้

2. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปควรใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม ซึ่งจะช่วยให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. คว้าศึกษาเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการเป็นประจำของตลาดสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

กล้า วาณิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติศักดิ์ อาสาวงศ์. (2556). การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการอสังหาริมทรัพย์

ประเภทบ้านจัดสรร. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ดรรชนี สุกุลวงศ์. (2552). ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าจากตลาดสดนำซื้อ.

วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บดินทร์ภัทร์ สิงโต และ ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัย

ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดนัดสวนจตุจักร.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร

และการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ 2559

ปรีชญา โรจน์ฤตากร. (2556). แนวทางการพัฒนาตลาดสดสีเขียววังสิต. วารสารวิชาการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.

ปิยฉัตร เอกศักดิ์พรทวี. (2551). การเลือกใช้บริการตลาดสดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอ

แมริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พิชิต สุขเจริญพงศ์. (2552). การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพมหานคร :

ซีไอเดียเคชั่น.

ภาวิณี กาญจนภา. (2554). การบริหารส่วนประสมการค้าปลีกและการจัดการ

เชิงกลยุทธ์การตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม. วารสารบริหารธุรกิจ

ปีที่ 34 ฉบับที่ 132 ตุลาคม-ธันวาคม 2554

- มัทนัตตา เจาผล. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของดีสเคาน์สโตร์ท้องถิ่น
กรณีศึกษา: ห้างซูเปอร์ซีปจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
มหาวิทาลัยธรรมศาสตร์. คณะเศรษฐศาสตร์
- มาโนชญ์ เพ็ญสุวรรณ. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง
ของสถานประกอบการธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ
บนถนนประดิษฐ์มนูธรรมและถนนพระรามที่ 9. วิทยานิพนธ์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรรณมา ทองเย็น. (2561). แนวทางการจัดการการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก:
กรณีศึกษา อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ.
Kasem Bundit Journal Volume 19 Special Edition March 2018
- สำนักข่าว BBC. สภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาแม่ค้าตลาดสด. สืบค้นเมื่อ
23 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.bbc.com>
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. (2561). รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. สำนักงาน
สถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- สมศักดิ์ ตรีสัตย์. (2542). การออกแบบและวางผังโรงงาน. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริม
เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- Cronin, J.J. Jr, Brady, M.K. & Hult, G.T.M. (2000). Assessing the effects of
quality, value, and customer satisfaction on consumer
behavioral intentions in service environments.
Journal of Retailing, 76(2)
- Hellier P. K., Geursen G. M., Carr R. A. & Rickard G. A. (2003).
Customer repurchase intention: a general structural equation
model. European Journal of Marketing. 37

หน้าแรก [เกี่ยวกับ TCI](#) » [ฐานข้อมูล TCI](#) » [คำ TJIF](#) [การประเมิน/ยอมรับ](#) » [งานวิจัยของ TCI](#) » [เกณฑ์คุณภาพวารสาร](#) » [กระดานสนทนา](#) [FAQ](#)

ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	Journal of Perspectives on Development Policy in the Greater Mekong Region	2286-9247	International College of Mekong Region, Chiang Rai Rajabhat University	2	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright © 2019 Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.
Contact: tcj.thai@gmail.com

2672-9113	<u>มัง</u> <u>Mangrai</u> International College of <u>ราย</u> <u>Saan</u> Mekong Region, Chiang <u>สาร</u> <u>Journal</u> Rai Rajabhat University	ชื่อเดิม : Journal of Perspectives on Development Policy in the Greater Mekong Region, issn เดิม : 2286-9247
-----------	---	--