



มานพ ชัยสวัสดิถานนท์. (2547). การศึกษารูปแบบตลาดสดตามความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย  
กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
(การจัดการทั่วไป) พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.  
คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะณี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
วันทนี้อย่าง แกนภักดี

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสดของจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา 2) ปัจจัยที่สนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย 3) ปัญหาและอุปสรรคในการ  
พัฒนาตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย 4) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่สนอง  
ความต้องการแต่ละปัจจัยของผู้ซื้อและผู้ขาย ประชากรที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ผู้ซื้อ ที่  
เข้ามาใช้บริการของตลาดสดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ผู้ขายที่จัดจำหน่ายสินค้าในตลาดสด  
ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับ  
ความคลาดเคลื่อน .05 ได้เท่ากับอุปสงค์จำนวน 400 คน เมื่อนำจำนวนผู้ซื้อมาเปรียบเทียบกับผู้  
ขายในอัตราส่วน 1:4 จะได้กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน  
(Multi-stage random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์  
ข้อมูลทางสถิติด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบความแตก  
ต่างของคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการด้วย t-test และ F-test

### ผลการศึกษา พบว่า

1. ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุระหว่าง 30 -39 ปี นับถือศาสนาพุทธ การศึกษาระดับ  
ปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 -4 คน มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาทใช้  
ระยะในการใช้บริการตลาดเป็นครั้งคราว และเลือกซื้อของทุกชนิดในตลาด ภูมิฐานะเป็นคนภาค  
กลาง ส่วนผู้ขายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 40 -49 ปี นับถือศาสนาพุทธ จบการศึกษา  
ระดับประถมศึกษา สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 -4 คน รายได้จากการขายต่อ  
วัน 500 -1000 บาท เป็นผู้ค้าอยู่ในช่วง 6 -10 ปี มีภูมิฐานะเป็นคนภาคกลาง
2. ผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดกับปัจจัยด้านความเที่ยงตรงและคุณภาพของสินค้า  
( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมาคือเห็นด้วยที่น้อยที่สุดกับปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้า ( $\bar{X} = 3.50$ ) ปัจจัย  
ด้านราคาและคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.40$ ) ตามลำดับ ว่ามีผลต่อการเลือกตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ  
ผู้ขายส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดกับปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้า ( $\bar{X} = 3.54$ )



รองลงมาเห็นด้วยมากกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ( $\bar{X} = 3.43$ ) ปัจจัยด้านการควบคุมคุณภาพของสินค้า ( $\bar{X} = 3.07$ ) ตามลำดับ ว่ามีผลกับการเลือกตลาดตามความต้องการของผู้ขาย



Manop Chaisawatditanon. (2004). **The Study of Raw-Food Market Model in Response to the Needs of Buyers and Vendors : A Case Study in Phranakhon Si Ayutthaya Province.** Master's Thesis, Business Administration Degree. (General Management).  
Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr. Aphinant Chantaneer and Assist. Prof. Wantanee Saenpakdi.

## ABSTRACT

This research aimed to study 1) the primary data of Phranakhon Si Ayutthaya's raw-food markets; 2) the factors satisfying the needs of the buyers and vendors; 3) problems and difficulties in developing the markets in response to the needs of the buyers and vendors; and 4) the comparison of opinions about the factors satisfying the needs of the buyers and vendors. The population studied was divided into 2 groups: 1) the buyers using the service of raw-food markets in Phranakhon Si Ayutthaya province, and 2) the vendors selling products in the raw-food markets in Phranakhon Si Ayutthaya province. The sample was calculated using Taro Yamane's formula at the variation value of .05. The demand equaled 400 people. The ratio of numbers of buyers and vendors representing 1:4 yielded the 100-person sample group drawn by multi-stage random sampling. The instrument for data collection took the form of questionnaire. Statistical methods employed in data analysis were frequency, mean, and standard deviation. Differences in the averages of opinions on the factors satisfying the needs were tested using t-test and F-test.

**Findings** indicated that :

1. The majority of the buyers were female, aged between 30-39, Buddhists, educated at the bachelor's degree level, and married. Their families had 3-4 members. Their incomes were below 5,000 baht. These buyers occasionally used the service of the raw-food markets buying all kinds of products from the markets. Their domicile was Central Thailand. The majority of the vendors were female, aged between 40-49, Buddhists, educated at the primary education level, and married. Their families had 3-4 members. Their daily incomes were 500-1,000 baht per day. They used the service of the raw-food markets selling products for 6-10 years. Their domicile was Central Thailand.

2. Most buyers agreed the most that the factors of the accuracy and quality of products ( $X=4.30$ ), variety of products ( $X= 3.50$ ), and prices and quality ( $X=3.54$ ) respectively, affected the buyers' choices of the market in response to their needs. Most of the vendors agreed the most that the factors of variety of products ( $X=3.54$ ), location ( $X=3.43$ ), and quality control of products ( $X=3.07$ ) respectively, affected the vendors' choices of the market in response to their needs.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงเรียบร้อยสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อภินันท์ จันตะนี ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันทนีย์ แสนภักดี กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะเพิ่มเติมข้อความ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาทุกท่านเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดสดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลือตอบแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกท่านด้วยความเต็มใจ และขอขอบคุณสำหรับผู้มีส่วนช่วยเหลืออำนวยความสะดวก เป็นกำลังใจทุกท่าน ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาการจัดการทั่วไป ทุกท่านที่ได้สั่งสอนให้ความรู้ และทักษะประสบการณ์ อันมีค่าให้กับผู้วิจัย

มานพ ชัยสวัสดิ์ฉานนท์