

ชมพูนุท สกุลณวงษ์. (2557). การบริหารจัดการตลาดนัดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง
ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กิติมา ทามาลี, ดร.ศิริมณี จรรยา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง 2) เปรียบเทียบการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัด และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการวางแผน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดการองค์กร ด้านการนำหรือการสั่งการ และด้านการควบคุม โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองในตลาดนัดต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และ 3) การบริหารจัดการตลาดนัดมือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองในพระนครศรีอยุธยา ระดับปานกลาง

Chomphonut sakunavong. (2014). **Management markets that affect the decision to buy second-hand**

Goods Consumers in Ayutthaya. Master's Thesis, M.B.A. (Business Administration).

Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.

Advisory Committee : Dr Kitima Tamalee, Dr. Keerimaneer Janya

ABSTRACT

This research aims to 1) examine the management of second-hand markets in Ayutthaya. Factors affecting purchase decisions for money resort 2) compare the management of second-hand markets in Ayutthaya. Factors affecting the decision to buy second-hand goods. By Pat handles individual consumer. And purchasing behavior of second-hand markets, and 3) the relationship between the management of second hand market factors affecting the decision to buy second-hand goods in Ayutthaya. Collected data from a sample of consumers used in Ayutthaya 384 were used in this research analysis was performed with statistical frequency, average, standard deviation, standard deviation, standard deviation, and coefficient of multiple correlation. Determine the statistical significance level of .05.

The results showed that: 1) the management of second-hand markets in Ayutthaya. Planning Overall, there is much comment . The corporate management Leadership on the issue And controlling Overall, there is moderate comments . Factors affecting purchase decisions used in Ayutthaya. Product , price, distribution channels by including the decisions at a high level . As for the promotion Overall, there is moderate decision 2) consumers that have different personal factors have managed second hand market in Ayutthaya province at different consumers have different personal factors . Factors affecting purchase decisions used in Ayutthaya different. And consumers whose purchasing behavior of second-hand markets of different factors affecting the decision to buy second-hand goods in Ayutthaya different, and 3) management market hand in Ayutthaya province , price, channels. distribution The promotion Could explain the variability of factors that affect the decision to buy second-hand goods in Ayutthaya moderate (69.5 percent) .

