BE-20

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

factors influencing area rentals of entrepreneurs in ton tan market, mueang district, khon kaen province

รุ่งนภา กิตติลาภ[1] และกฤษณะ มูลมี[2]

Rungnapa kittilap[1] and Krisana Moonmee[2]

[1]หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและเอ็นเตอร์เทนเมนต์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

[2]หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอัจฉริยะ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: Rungnapa.kit@neu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสุ่มของเครจซี่ และมอร์แกน ได้ตัวอย่างจำนวน 214 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ด้วยวิธี Principal Component Analysis และการใช้วิธีหมุนแกน ออโธกอนอล (Orthogonal Rotation แบบ Varimax) **ผลการวิจัยพบว่า** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษามัธยมตอนปลาย ประเภทสินค้าและบริการ คือ เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย และอาหาร/เครื่องดื่ม สภาพทั่วไปและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการให้บริการ ด้านราคา ตามลำดับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย องค์ประกอบได้เป็น 10 องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบดังกล่าวสามารถอธิบายถึงความแปรปรวนได้ร้อยละ 65.916 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากรและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงมาเป็น ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปในการให้บริการ และปัจจัยที่น้อยที่สุดคือด้านสาธารณูปโภค และสภาพทั่วไปในการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล /การเช่าพื้นที่ /ผู้ประกอบการ /ตลาดต้นตาล

Abstract

this research aimed to study 1) to study the general conditions affecting the selection of rental space of entrepreneurs in the ton tan market, muang district, khon kaen province 2) to analyze the factors

influencing the R\renting of space among entrepreneurs in the market. ton tan, mueang district, khon kaen province. krejcie and morgan, using 214 samples, the tools used in the research were statistical questionnaires used to analyze data such as frequency, percentage, mean, standard deviation, and one-way analysis of variance (one-way anova) and exploratory factor analysis using principal component analysis and orthogonal axis rotation.

the results of the research were as follows: most of the respondents were female, aged 31-40 years of nigh school education. products and services are clothing / apparel. and aood / drink the general condition and factors affecting the renting of space of entrepreneurs in ton tan market, muang district, khon kaen province were found overall at a high level. product aspect location side physical characteristics in terms of marketing promotion, personnel, process of service, price, respectively, factors influencing the rental space of entrepreneurs in ton tan market, muang district, khon kaen province consisted of: the composition can be 10 main elements. this component Can account for 65.916% of the variance. personnel and service personnel factors, followed by the general physical aspect of the service. and the least factor is utilities and the general conditions of lease space of operators did not differ at the significance level .05

Keywords: influencing factors / area morning / business operator / ton tan market

บทนำ

ปัจจุบันได้มีการพัฒนาตลาดนัดรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการและการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกลุ่มคนสมัยใหม่ ทั้งวัยทำงานและวัยรุ่นที่มีความชอบเหมือนๆ กัน ชอบในบรรยากาศสบายๆ สำหรับช่วงเย็นๆ และชอบอะไรใหม่ๆมีความคิดสร้างสรรค์ โดยมีการรวบรวมเหล่าร้านค้าในโลกออนไลน์ที่เป็นนิยม และสินค้าที่น่าสนใจ มีกลุ่มลูกค้าที่ติดตามจำนวนมากทั้งในเฟสบุ๊ก และอิสตาแกรมมาเปิดขายในตลาดนัดของจริง สินค้าที่ขายส่วนใหญ่จึงเป็นสินค้าแฮนด์เมด มีสไตล์และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่หาซื้อที่อื่นไม่ได้ และอาจมีแค่ชิ้นเดียวในโลก ที่สื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ของแต่ละร้านค้า สินค้าที่มีความหลากหลาย สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงบริการต่างๆ อย่างเช่น บริการการตัดผม การสักหรือเพ้นท์ศิลปะตามร่างกาย เป็นต้น ตลาดนัดรูปแบบใหม่มีการจัดตามคอนเซป และธีมที่ชัดเจน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละตลาดนัดที่ไม่เหมือนกัน เช่น ตลาด ART BOX เป็นตลาดตู้คอนเทนเนอร์ และฟู้ดส์ทรัค มีลานแสดงคอนเสิร์ตสำหรับการเล่นดนตรี และจัดกิจกรรมต่างๆ ART BOX จึงเป็นตลาดนัดที่ไม่เน้นการขายของอย่างเดียว แต่เป็นการแสดงผลงานทางศิลปะ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีการซื้อของ เดินชมงานศิลปะ สร้างความรู้สึกที่แตกต่างจากการเดินในห้างสรรพสินค้าทั่วไป ตลาดนัดรถไฟเป็นตลาดนัดที่เน้นการขายสินค้าสไตล์วินเทจ ขายสินค้าแฮนด์เมด ขายสินค้ามือสอง หรือขายของเก่าโบราณ มีการจัดตกแต่งร้านแต่ละร้านเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศในสมัยโบราณ (ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์,2558) ท่ามกลางการแข่งขันธุรกิจที่มีความรุนแรง ผู้ประกอบการจะต้องคัดสรรร้านค้าที่สอดคล้องกับโพสิชันนิ่งและกลุ่มลูกค้าที่วางไว้อย่างระมัดระวังมากขึ้น ตลอดจนต้องบริหารจัดการพื้นที่เช่าเพื่อดึงดูดร้านค้าต่างๆ ให้เข้ามาเช่าพื้นที่ภายในโครงการและต่ออายุสัญญาเช่ากับโครงการอย่างต่อเนื่องระยะยาว โดยผู้ประกอบจะต้องสร้างจุดที่น่าสนใจ และสร้างความเชื่อมันให้กับร้านค้าที่จะเข้ามาเปิดภายในเครื่องการ อาทิ เน้นชูจุดเด่นทางด้านทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานภายในโครงการ (พื้นที่จอดรถ ระบบรักษาความปลอดภัย) การลดราคาค่าเช่าพื้นที่ในสภาวะที่

เศรษฐกิจไม่ค่อยดีนักกับปัจจุบัน รวมถึงการจัด Event หรือกิจกกรมส่งเสริมการตลาดให้มีความถี่ขึ้น เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการร้านค้าที่อยู่ภายในโครงการ เพราะท้ายสุกหากผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงให้ร้านค้าต่างๆ เห็นถึงโอกาสของความสำเร็จได้ก็อาจจะไม่มีร้านค้ารายใดสนใจที่จะเข้ามาเช่าพื้นที่และเปิดบริการในโครงการ และส่งผลให้ร้านอื่นๆ ไม่กล้าที่จะเข้ามาเปิดภายในโครงการดังกล่าวด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2557)

จังหวัดขอนแก่นได้มีแผนพัฒนาตามแนวคิดการพัฒนาขอนแก่นให้กลายเป็น Smart City เกิดขึ้นด้วยความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อผลักดันให้ขอนแก่นกลายเป็นเมืองที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนในจังหวัด ด้วยตำแหน่งที่ตั้งของขอนแก่นที่อยู่บริเวณกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขอนแก่นจึงเป็นเหมือนศูนย์กลางการศึกษา การแพทย์ การคมนาคม และเศรษฐกิจ แต่เนื่องจากขอนแก่นเป็นเมืองใหญ่ที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว คนในจังหวัดจึงต้องเจอกับปัญหามลภาวะ การจราจร การจัดการสิ่งแวดล้อม และความเหลื่อมล้ำตามมา การพัฒนาด้านการตลาด การบริการและการส่งเสริมทางการตลาด จัดให้มีตลาดด้านการบริการอาหารมีอยู่มากมาย ซึ่งตลาดต้นตาลเป็นอีกส่วนหนึ่งที่เป็นตลาดที่ต่อยอดมาจากถนนคนเดินขอนแก่น เพราะจากที่มีอยู่เดิมจะมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ สินค้าที่มีความแตกต่างและจำนวนมากตลาดต้นตาลจึงมองเห็นปัญหาเหล่านี้และนำมาปรับปรุงให้มีความครบครันในเรื่องต่างๆต้นตาลเป็นตลาดชาวขอนแก่นที่เข้ามาช้อปปิ้งเลือกซื้อสินค้าและบริการเหมือนกับเดินเล่นในสวน โครงการตลาดต้นตาลจะประกอบด้วย ตลาดพลาซ่าให้เช่าขายสินค้า ภายใต้บรรยากาศสบายๆ ของ 2 ธรรมชาติที่มีต้นไม้ร่มรื่น โดยมีต้นตาล 6 ต้น ขึ้นอยู่กลางตลาด พร้อมด้วยตลาดโต้รุ่ง พื้นที่อาร์ทแลน พื้นที่สันทการ ส่วนกลางสำหรับจัดกิจกรรมให้เข้ากับสไตล์การใช้ชีวิตของคนในเมือง จุดเด่นคือ สามารถเข้าได้กลายเส้นทางทั้งถนนมิตรภาพ และถนนบ้านกอก ใกล้กับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ได้มากกว่า 1,500 คัน

จากการศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่สามารถตองสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงเป้าหมาย สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาการบริการ สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด และหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเอาข้อมูลที่ได้ไปพัฒนากระบวนการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ และยังสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ และปรับกลยุทธ์เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้

คำถามของการวิจัย

1. สภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นอย่างไร

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีปัจจัยใดบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานเพื่อการวิจัย

สภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมีความแตกต่างกันตามประเภทของสินค้าหรือบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รูปแบบของการวิจัยครั้งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเป็นการวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าและให้บริการในเขตพื้นที่ตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 477 คน (กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน, 2563)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าและให้บริการในเขตพื้นที่ตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 214 คน (การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสุ่มของเครจซี่ และมอร์แกน Krejcie and Morgan 1970: 607-610 อ้างถึงใน สุทธนู ศรีไสย์,2551)

2.3 การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลาก

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าหรือบริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P’s ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านสถานที่ตั้ง (Place) 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People or Employee) 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7) กระบวนการของการให้บริการ (Process) มีลักษณะเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale Method) โดยวิธีการของลิเคิร์ท (Likert’s Scale) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์,2551) ตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดให้กับข้อคำถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า มีระดับความสำคัญคะแนน 5 ระดับดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง	ความสำคัญมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	ความสำคัญมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	ความสำคัญปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	ความสำคัญน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	ความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด

3.2 การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยกำหนดวิธีการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.2.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสาร ตำรา และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

3.2.2 ศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถามงานวิจัย

3.2.3 นำข้อมูลที่ได้มาร่างคำถามเพื่อให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.2.4 สร้างแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและแก้ไขเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน

3.5 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเพื่อหาความสอดคล้องของคำถาม

3.6 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

3.7 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลสภาพทั่วไป/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 214 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บรวมรวมข้อมูลจากผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดต้นตาลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 1 เดือน คือ เดือนมกราคม 2565

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย บทความ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลเว็บไซต์จากอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลกำหนดรูปแบบการสอบถามเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ออกมาเป็นค่าทางสถิติได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ จำนวน (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 “เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของการประเมินผลดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2551)

ค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2“เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ” ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor analysis)โดยวิธี Pricipal-CompnentAnalysis (PC) และ ใช้วิธีหมุนแกนออโธกอนนอลแบบวาริแมกซ์ (VarimaxOrthognal Rotation)

4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis for Variance; ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.10 และเพศชาย ร้อยละ 43.90 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมาเป็น อายุระหว่าง 41-50 ปี และร้อยละ 29.00 ระดับการศึกษามัธยมตอนปลาย ร้อยละ 32.70 รองลงมาเป็นระดับปวส. ร้อยละ 23.40 และระดับปวช. ร้อยละ 18.70 ประเภทสินค้าและบริการ คือ เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย ร้อยละ 37.90 อาหาร/เครื่องดื่ม ร้อยละ 29.90 ธุรกิจบริการ ร้อยละ 25.70 และสินค้าที่เป็นทำเล็บ รองเท้า ทันตกรรม เสริมความงาน ร้อยละ 6.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สภาพทั่วไปและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.85, S.D. = 0.318) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของตลาดต้นตาล ($\overline{X}$ = 4.38, S.D. = 0.777) รองลงมามีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ($\overline{X}$ = 4.30, S.D. = .729) ด้านสถานที่ตั้งการคมนาคมสะดวก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = 0.789) รองลงมา จำนวนที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.896) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีที่จอดรถเพียงพอ สะอาดและปลอดภัย ($\overline{X}$ = 3.96, S.D. = .587) รองลงมา การตกแต่งอาคาร สถานที่สวยงาม ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = .785) ด้านส่งเสริมการตลาด การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเก่าและมีประวัติดี ($\overline{X}$ = 3.86, S.D. = .894) รองลงมาคือ การจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างร้านค้ากับตลาด ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\overline{X}$ = 3.86, S.D. = .984) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = .896) เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ด้านกระบวนการของการให้บริการ การเข้าพื้นที่ ความพร้อมของพื้นที่ในการส่งมอบ ($\overline{X}$ = 3.84, S.D. = .823) รองลงมามีความ สะดวก รวดเร็วต่อการเข้าใช้บริการเช่า และด้านราคา ราคาดำเนินการแลกเข้าถูก ($\overline{X}$ = 3.71, S.D. = .866) รองลงมาคือ ราคาดำเนินการในการต่อสัญญา ($\overline{X}$ = 3.71, S.D. = .934) ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 7 ด้าน ทั้งหมด 32 ตัวแปร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี (Principal Component Analysis) และใช้วิธีการหมุนแกนออโธกอนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป ตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย องค์ประกอบได้เป็น 10 องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบดังกล่าวสามารถอธิบายถึงความแปรปรวนได้ร้อยละ 65.916 จากทั้งหมด แสดงว่า 10 ปัจจัยโดยปัจจัยที่มีค่า Total Eigen Value และอธิบายความแปรปรวนได้มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากรและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (13.688) รองลงมาเป็น (9.888) ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปในการ

ให้บริการ (7.724) ด้านกระบวนการให้บริการ (7.103) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดสำหรับการบริการ (5.983) ด้านการรักษาความปลอดภัยในการให้บริการ (5.564) ด้านราคาการให้บริการ (4.931) ด้านการทำสัญญาแรกเข้า (4.076) ด้านทำเลที่ตั้งในการให้บริการ (3.717) และด้านสาธารณูปโภค (3.241) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ชื่อกลุ่มปัจจัย	ปัจจัย
(1) ด้านบุคลากรและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	- เจ้าหน้าที่มีความใส่ใจและความกระตือรือร้นในการให้บริการ - เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ - เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย - เจ้าหน้าที่แต่กายสุภาพ เรียบร้อย
(2) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	- ขนาดพื้นที่ของตลาดต้นตาล - ตำแหน่งของพื้นที่เช่า - ขนาดของพื้นที่เช่า - มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย - ความมีชื่อเสียงของตลาดต้นตาล
(3) ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปในการให้บริการ	- มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกและปลอดภัย - สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของตลาดมีแสงสว่างเพียงพอ - การตกแต่งอาคาร สถานที่สวยงาม - ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆชัดเจนและสังเกตง่าย
(4) ด้านกระบวนการให้บริการ	- ไม่มีขั้นตอนยุ่งยากในการติดต่อทำสัญญา - สะดวก รวดเร็วต่อการเข้าใช้บริการเช่า - การเข้าพื้นที่ ความพร้อมของพื้นที่ในการส่งมอบ - ความรวดเร็วในการซ่อมบำรุง - ขั้นตอนการติดต่อ การให้ข้อมูลของพื้นที่เช่า
(5) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดสำหรับการบริการ	- การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเก่าและมีประวัติดี - การจัดรายได้พิเศษเช่น ส่วนลด - การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก - การจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างร้านค้าเช่ากับตลาด
(6) ด้านการรักษาความปลอดภัยในการให้บริการ	- มีจราจรช่วยในการเรียก - มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี
(7) ด้านราคาการให้บริการ	- ราคาเช่าพื้นที่ถูก - การเก็บค่าน้ำ-ค่าไฟที่เหมาะสม
(8) ด้านการทำสัญญาแรกเข้า	- ราคาดำเนินการแรกเข้า - ราคาดำเนินการในการต่อสัญญา
(9) ด้านทำเลที่ตั้งในการให้บริการ	- การคมนาคมสะดวก - ตั้งอยู่ใจกลางเมือง/อยู่ในแหล่งชุมชนชุมชน
(10) ด้านสาธารณูปโภค	- ราคาค่าสาธารณูปโภค

ผลการทดสอบสมติฐาน พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสภาพการเลือกเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นนำมาจำหน่าย ที่ระดับนัยสำคัญ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษามัธยมตอนปลาย ประเภทสินค้าและบริการ คือ เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย และอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ร้านค้าและความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ กรณีศึกษา ตลาดนัดจตุจักร บริหารงานโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 ขึ้นไปถึง 40 ปี สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร สินค้าที่จำหน่ายคือเสื้อผ้าเป็นสินค้าหลักโดยระยะเวลาเช่าพื้นที่เช่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ต่อครั้ง

สภาพทั่วไปและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า **ด้านผลิตภัณฑ์** ความมีชื่อเสียงของตลาดต้นตาล และมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย สอดคล้องกับการค้นคว้าอิสระของ กมลวรรณ สุขสมัย (2560). ได้จัดทำงานค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์การค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีมีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการศูนย์การค้า มีเพียง 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวก เพราะการตัดสินใจ ใช้บริการศูนย์การค้าของผู้บริโภคจะคำนึงถึง การที่ศูนย์การค้านั้นๆ มีชื่อเสียง โดยจะต้องมีร้านค้า ที่หลากหลาย ซึ่งร้านค้าเหล่านั้นจะต้องมีสินค้าที่นำเทรนด์และทันสมัย ให้เลือกหลากหลายด้วย และ ปัจจัยด้านรูปแบบของศูนย์การค้าและเว็บไซต์ ส่งผลเชิงลบ เพราะหากศูนย์การค้ามีการออกแบบ ที่สวยงามทันสมัยเกินความจำเป็นอาจจะทำให้เดินยาก ไม่สะดวกสบาย ผู้บริโภคต้องเรียนรู้การใช้ บริการใหม่ๆ รวมถึงอาจส่งผลต่อราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น **ด้านสถานที่ตั้ง** การคมนาคมสะดวก และ จำนวนที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ **ด้านลักษณะทางกายภาพ** มีที่จอดรถเพียงพอ สะอาดและปลอดภัย และการตกแต่งอาคารสถานที่สวยงาม **ด้านส่งเสริมการตลาด** การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเก่าและมีประวัติดี และการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างร้านค้ากับตลาด **ด้านบุคลากร** เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ รองลงมาคือเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง และเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย **ด้านกระบวนการของการให้บริการ** การเข้าพื้นที่ ความพร้อมของพื้นที่ในการส่งมอบ และสะดวก รวดเร็วต่อการเข้าใช้บริการเช่า **ด้านราคา** ราคาดำเนินการแลกเข้าถูก และราคาดำเนินการในการต่อสัญญา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 7 ด้าน ทั้งหมด 32 ตัวแปร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี (Principal Component Analysis) และใช้วิธีการหมุนแกนออโธกอนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป ตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย องค์ประกอบได้เป็น 10 องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบดังกล่าวสามารถอธิบายถึงความแปรปรวนได้ร้อยละ 65.916 จากทั้งหมด แสดงว่า 10 ปัจจัยโดยปัจจัยที่มีค่า Total Eigen Value และอธิบายความแปรปรวนได้มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากรและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (13.688) รองลงมาเป็น (9.888) ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปใน

การให้บริการ (7.724) ด้านกระบวนการให้บริการ (7.103) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดสำหรับการบริการ (5.983) ด้านการรักษาความปลอดภัยในการให้บริการ (5.564) ด้านราคาการให้บริการ (4.931) ด้านการทำสัญญาแรกเข้า (4.076) ด้านทำเลที่ตั้งในการให้บริการ(3.717) และด้านสาธารณูปโภค (3.241) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิทยานิพนธ์ของ ขจรศักดิ์ ไชยวงค์ (2560). ได้จัดทำงานวิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้า มหสรรพสินค้า พบว่า การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้า มหสรรพสินค้าจะทำการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะที่ดิน ปัจจัย ด้านลูกค้า ปัจจัยด้านคู่แข่งขัน ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตของเมือง ในขณะที่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ในศูนย์การค้ามหสรรพสินค้าของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ที่จอดรถเพียงพอ และสะดวก ความสะดวกในการเข้าถึง และทำเลที่ตั้งสามารถมองเห็นได้ง่าย ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการในตลาดต้นตาล จังหวัดขอนแก่น

7.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรเข้าทำการเก็บข้อมูลเวลาที่คนไม่หนาแน่น
2. ควรปรับราคาค่าเช่าพื้นที่ให้เหมาะสมกับสถานที่คนเดินพลุ่นพลานและในชอยที่มีคนไม่พลุ่นพล่านให้แตกต่างกันออกไป
3. ควรมีการโฆษณาสินค้าให้ผู้ประกอบการในแต่ละร้านให้ทั่วถึงและโฆษณาให้อยู่ตลอดเวลา

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาด้านการตลาดสินค้า และสร้างกลยุทธ์สำหรับการจำหน่ายสินค้าในตลาด
2. ศึกษากลยุทธ์ของการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม
3. ศึกษาแนวทางการทำตลาด
4. ปัญหาและอุปสรรค์ของการเลือกเช่าพื้นที่

7.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำไปใช้

ข้อมูลบางข้อมูลเป็นความลับสำหรับองค์กรผู้วิจัยจึงเสนอที่ใกล้เคียงความจริง ซึ่งไม่สามารถเปิดเผยทั้งหมดได้ ผู้ที่นำเอาข้อมูลไปใช้ควรพิจารณาบางส่วนให้คลอบคลุมก่อนนำข้อมูลไปใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ สุขสมัย .(2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์การค้า*. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน .(2563). *บริการออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564 ,จาก : https://www.dit.go.th/Content.aspx?m=23.

ขจรศักดิ์ ไชยวงค์ .(2560). *แนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้า มหสรรพสินค้า*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์.(2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บบริการตลาดนัดตอนกลางคืนประชาชนใน กรุงเทพมหานคร*:บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร*. (พิมพครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์.

ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์ .(2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ร้านค้าและความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ กรณีศึกษา ตลาดนัดจตุจักร บริหารงานโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.* (31-46).

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). *บทวิเคราะห์เศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564 ,จาก : https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/32254.aspx

สุทธนู ศรีไสย์.(2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์.กรุงเทพฯ:คณะครุศาสตร์.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.