

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248080



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัด
ของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ปวีณสุดา พงษ์โอภาส

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2553

b00253220

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248080

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัด
ของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี**

ปวีณ์สุดา พงษ์โอภาส



**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี**

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ
จำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เสนอโดย นางสาว
ปวีณส์สุดา พงษ์โอภาส เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการทั่วไป

.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา
(นายตระกูล จันทสุนทร)
วันที่ 10 เดือน มกราคม พ.ศ. 2554

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล)

.....กรรมการ
(ดร.จิราวรรณ สมหวัง)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนเพศ ระดับการศึกษา ขายสินค้าในตลาดนัดเป็นอาชีพ และรายได้ต่อเดือนในการขายสินค้า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าไม่แตกต่างกัน

Thesis Title Factors Affecting Selling Goods at Flea Markets of Sellers in the
 Area of Mueang District, Lop Buri Province
Thesis Advisors Asst. Prof. Dr. Panitsupa Thampramuan
 Dr. Jirawan Somwang
Name Paweesuda Pongopas
Concentration General Management
Academic Year 2010

ABSTRACT

248080

The purposes of this research were to 1) study factors affecting selling goods at flea markets of sellers in the area of Mueang District, Lop Buri Province and 2) compare the factors when the sample was classified with gender, age, education, full-time occupation, monthly income from selling goods, business type, selling experience, number of place to sell goods, selling time and frequency in selling per week. The sample was 405 sellers at flea markets in the area of Mueang District, Lop Buri Province, were selected by accidental sampling technical. The instrument used in this research was a 5-rated questionnaire approved by experts to a reliability of 0.883. The data were collected in June 2010 and analyzed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA and Fisher's least-significant different.

The results showed that:

1. In overall, the factors much affected selling goods at flea markets in the area of Mueang District, Lop Buri Province. The mean values of these factors were ranged in descending order as follows: 1) products, 2) places, 3) prices, 4) management and 5) promotion.

2. When the sellers were different in age, business type, selling experience and number of place to sell goods per week, the factors affecting selling goods were different at a significance level of .001. When the sellers were different in selling time, the factors affecting selling goods were different at a significance level of .01. However, when they were different in gender, education, full-time occupation and monthly income from selling goods, the factors were not different.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนิดสุภา ธรรมประมวล ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และ ดร.จิราวรรณ สมหวัง กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา แนะนำแก่มติดีๆ พร้อมทั้งการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์ รองศาสตราจารย์ ดร. กุลชลี พวงเพชร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิดา เพิ่มศิริ ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านที่อบรม สั่งสอน ให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณผู้ขายสินค้าในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสำรวจ จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ปวีณ์สุดา พงษ์ไธมาส

สารบัญ

	หน้า
หน้าอนุมัติ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
ประกาศคณาธิการ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดลพบุรี.....	12
ประวัติจังหวัดลพบุรี.....	12
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจจังหวัดลพบุรี.....	14
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดนัดเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ชาย.....	19
ความหมายของพฤติกรรมผู้ชาย.....	19
ความสำคัญของการขาย.....	22
คุณสมบัติของผู้ชาย.....	24
ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ชาย.....	27
กระบวนการขาย.....	33
จรรยาบรรณของผู้ชาย.....	39
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขาย.....	41

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารตลาด.....	44
ความหมายของตลาด.....	44
วิวัฒนาการแนวคิดของตลาด.....	48
ประเภทของตลาด.....	51
ความสำคัญของตลาด.....	56
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาด.....	59
ทฤษฎีหลักการบริหารตลาด.....	61
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย.....	62
ด้านสินค้า.....	62
ด้านราคา.....	66
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	70
ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	74
ด้านการบริหารการจัดการ.....	78
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	88
งานวิจัยในประเทศ.....	88
งานวิจัยต่างประเทศ.....	92
บทที่ 3	
วิธีดำเนินการวิจัย.....	93
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	93
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	94
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	94
การหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	95
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	96
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
บทที่ 4	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	102
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	102
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	102
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	103

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	ประชาชนจังหวัดลพบุรีตามทะเบียน แยกตามเพศ พ.ศ. 2547 – 2551.....	15
ตาราง 2	สถานภาพผู้ทำงานและผู้ว่างงานของประชาชน จังหวัดลพบุรี พ.ศ. 2547 - 2551.....	15
ตาราง 3	กระบวนการขายเปรียบเทียบระหว่างการสร้างลูกค้าของผู้บริโภคและผู้ขาย.....	39
ตาราง 4	ปัญหาที่ต้องตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ.....	87
ตาราง 5	ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายจำแนกลักษณะส่วนบุคคล.....	103
ตาราง 6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขายจำแนกพฤติกรรมของผู้ขาย.....	105
ตาราง 7	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม.....	107
ตาราง 8	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า.....	108
ตาราง 9	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา.....	108
ตาราง 10	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	109
ตาราง 11	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	110
ตาราง 12	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารการจัดการ.....	111
ตาราง 13	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม จำแนกตามเพศ.....	112
ตาราง 14	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ.....	113
ตาราง 15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า จำแนกตามอายุ.....	114

	หน้า	
ตาราง 16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามอายุ.....	114
ตาราง 17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ.....	115
ตาราง 18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ.....	116
ตาราง 19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารการจัดการ จำแนกตามอายุ.....	116
ตาราง 20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม.....	117
ตาราง 21	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	118
ตาราง 22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า จำแนกตามระดับการศึกษา.....	119
ตาราง 23	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	119
ตาราง 24	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม จำแนกตามอาชีพ.....	120
ตาราง 25	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการขายสินค้า.....	121
ตาราง 26	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการขายสินค้า.....	122

	หน้า	
ตาราง 27	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการขายสินค้า.....	122
ตาราง 28	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารการจัดการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการขายสินค้า.....	123
ตาราง 29	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	124
ตาราง 30	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	125
ตาราง 31	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	126
ตาราง 32	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	127
ตาราง 33	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	128
ตาราง 34	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย ในภาพรวม.....	129
ตาราง 35	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	130
ตาราง 36	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า จำแนกตามประเภทธุรกิจขาย.....	131

	หน้า	
ตาราง 37	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์การขาย.....	131
ตาราง 38	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์การขาย.....	132
ตาราง 39	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์การขาย.....	132
ตาราง 40	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามประสบการณ์การขาย.....	133
ตาราง 41	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประสบการณ์การขาย ในภาพรวม.....	133
ตาราง 42	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์.....	134
ตาราง 43	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์.....	135
ตาราง 44	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์.....	136
ตาราง 45	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อหนึ่งสัปดาห์.....	136
ตาราง 46	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์.....	137

	หน้า	
ตาราง 47	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์ ในภาพรวม.....	137
ตาราง 48	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามช่วงเวลาของการขาย.....	138
ตาราง 49	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามช่วงเวลาของการขาย.....	139
ตาราง 50	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามช่วงเวลาของการขาย.....	140
ตาราง 51	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามช่วงเวลาของการขาย ในภาพรวม.....	140
ตาราง 52	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามความถี่ของการขายครั้งต่อสัปดาห์.....	141
ตาราง 53	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านสินค้า จำแนกตามความถี่ของการขายครั้งต่อสัปดาห์.....	142
ตาราง 54	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา จำแนกตามความถี่ของการขายในหนึ่งสัปดาห์.....	142
ตาราง 55	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ของการขายครั้งต่อสัปดาห์.....	143

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
ภาพ 2 แผนที่จังหวัดลพบุรี.....	13
ภาพ 3 ขั้นตอนของกระบวนการขาย.....	34
ภาพ 4 ทฤษฎีตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นกับสาเหตุการซื้อ.....	42
ภาพ 5 ทฤษฎีไอดาส.....	43
ภาพ 6 ทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจ.....	43
ภาพ 7 องค์ประกอบของกลยุทธ์ด้านสินค้าที่นำเสนอต่อผู้บริโภค.....	65
ภาพ 8 ช่วงของการตั้งราคาที่เป็นไปได้.....	68
ภาพ 9 ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	72
ภาพ 10 การเลือกกลยุทธ์หลักและตั้ง.....	77
ภาพ 11 การจัดการธุรกิจ.....	78
ภาพ 12 การบริหารธุรกิจของผู้ขาย.....	81
ภาพ 13 กระบวนการจัดการ.....	83