



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ
ตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต

Study the Behavior and Satisfaction of Consumers Who Come to Use the Service
Phuket Walking Street Market

ปิยะ สีดอกบวบ¹ และวีระ วีระโสภณ²

s64563828017@ssru.ac.th, weera.we@ssru.ac.th

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ตและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างสามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 250 ชุด โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการพบว่า ใช้บริการเดือนละต่ำกว่า 2 ครั้ง ส่วนใหญ่มาใช้บริการกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานและมาใช้บริการเพราะความหลากหลายของสินค้า ชื่อสินค้าประเภทอาหาร/เครื่องดื่ม รู้จักตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ตจากเพื่อน มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ใช้บริการช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านคุณภาพของสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดวางร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความสะอาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความปลอดภัยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมและความพึงพอใจ, ตลาดถนนคนเดิน, จังหวัดภูเก็ต

Abstract

The purpose of this research was to study the behavior of consumers who use Lad Yai Walking Street Market. Phuket Province and to study the satisfaction of consumers who use the service at Phuket Walking Street Market. Phuket The questionnaire was used as a tool for collecting data. With a random sampling method, a total of 250 sets of data can be collected by processing the collected data. using descriptive statistics and inferential analysis.



The results showed that Most of the respondents were female, aged 21-30 years old, with a bachelor's degree. is an employee of a private company earning 10,001 – 20,000 baht. Use the service less than 2 times a month, most of them come to use the service with friends/colleagues and come to use the service because of the variety of products. Buying food/beverage products Get to know Phuket Walking Street Market from friends. There is a cost for each time less than 1,000 baht. Use the service from 6:01 PM to 8:00 PM. Arrive by private car/rental car. Satisfaction of service users in terms of product quality Overall, it was at a high level. The overall satisfaction of customers for store layout and product stalls was at the highest level. Satisfaction of users who use the service of the service provider of the product distributor. Overall, it was at the highest level. Overall satisfaction of customers using cleaning services was at a high level. The overall satisfaction of users using safety services was at the highest level. Satisfaction of service users Overall, it was at the highest level.

Keywords: Behavior and Satisfaction, Walking Street Market, Phuket

บทนำ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา พบว่า ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักที่ฟื้นเร็วกว่าจังหวัดอื่นๆ อัตราการเข้าพักเฉลี่ย 5 เดือนแรกอยู่ที่ 28.27% แม้จะยังไม่ถึง 50% แต่เป็นการฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้ได้มีนโยบายในการนำกิจกรรมต่างๆ เข้ามายังเมืองท่องเที่ยวหลัก และกระจายไปยังเมืองท่องเที่ยวรองตลอดจนเมืองชายแดนด้วย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวต่างๆ โดยในปีที่ผ่านมา ภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดแรกของภาคใต้ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสูงสุด (กรุงเทพมหานคร 2565)

ถนนคนเดินตลาดใหญ่ หรือ “ตลาดใหญ่” หรือ “ถนนคนเดินภูเก็ต” เป็นหนึ่งในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวทุกคนจะต้องไม่พลาดหากมีโอกาสได้เดินทางมาเที่ยวภูเก็ตตรงกับช่วงวันอาทิตย์ โดยถนนคนเดินตลาดใหญ่จะถูกจัดขึ้นบนถนนกลาง ถนนเก่าแก่ที่สุดสายหนึ่งในเมืองภูเก็ตอันเป็นย่านการค้าซึ่งบอกเล่าเรื่องราว วิถีชีวิตที่เคยมีในอดีต ตั้งแต่สมัยที่ยุคเหมืองแร่รุ่งเรือง และมรดกทางวัฒนธรรมมากกว่า 3 วัฒนธรรม ได้แก่ ไทย จีน มุสลิม อินเดีย ยุโรป รวมถึงสถาปัตยกรรมที่ตกทอดมาสู่ปัจจุบัน ถนนคนเดินตลาดใหญ่แห่งนี้ถูกจัดขึ้นภายใต้แนวคิด "Let's Phuketian, be Phuketian" เพื่อนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชาวภูเก็ตสมัยก่อนและส่งเสริมการสร้างรายได้ให้คนท้องถิ่นเมืองภูเก็ต โดยทุกวันอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 16.00 - 22.00 น. โดยประมาณ จะเป็นวันที่ถนนสายประวัติศาสตร์สายนี้เต็มไปด้วยบรรยากาศแสนคึกคัก และตลอดถนนทั้งสายนั้นคลาคล่ำไปด้วยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ รวมทั้งคนภูเก็ตเอง ที่มาเดินชม เดินช้อปปิ้ง เดินหาของกินอร่อยๆ กันอย่างเพลิดเพลิน ภายในบริเวณที่จัดถนนคนเดินตลาดใหญ่จะมีการออกร้านทั้งของกิน คาวหวาน ขนมโบราณ อาหารหาทานยากเฉพาะถิ่น ไปจนถึงเสื้อผ้า เครื่องประดับ สินค้าแฮนด์เมด ของฝากของที่



ระลึก รวมถึงการแสดงดนตรีของศิลปินในภูเก็ตที่ช่วยขับเคลื่อนและสร้างบรรยากาศอันรื่นรมย์ในเย็นวันอาทิตย์บนถนนย่านเมืองเก่าสายนี้ได้เป็นอย่างดี (Pa Lan La 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นแล้วว่าถนนคนเดินตลาดใหญ่ หรือ ถนนคนเดินภูเก็ต มีศักยภาพและนอกจากนี้ยังมีความสำคัญซึ่งสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปนำเสนอผู้ประกอบการหรือองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา หรืออาจเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้นำไปพัฒนาต่อยอดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูล ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

ขั้นเตรียมการ

1. ผู้วิจัยได้ทำการวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค
2. ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานที่ต้องศึกษา คือ เอกสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต, ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค
3. รวบรวมเอกสารข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต จากห้องสมุดของมหาวิทยาลัย สื่อออนไลน์วารสารวิชาการ ที่น่าเชื่อถือ
4. นำข้อมูลเอกสารต่างๆ มาสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย
5. สรุปการสังเคราะห์เอกสารเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยขั้นต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่เดินทางมาเยี่ยมชม ตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต



ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการตลาดถนนคนเดิน
ตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	87	34.8
หญิง	155	62.0
ไม่ต้องการระบุ	8	3.2
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0
เพศชาย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และไม่ต้องการระบุ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	5	2.0
16 – 20 ปี	29	11.6
21 – 30 ปี	117	46.8
31 – 40 ปี	69	27.6
มากกว่า 40 ปี	30	12.0
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ
46.8 ลำดับรองมาได้แก่ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 30
คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 16 – 20 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน
5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	19.2
ปริญญาตรี	145	58.0
ปริญญาโท	47	18.8
ปริญญาเอก	10	4.0
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ลำดับรองมาได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ระดับปริญญาโท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และระดับปริญญาเอก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	90	36.0
รับราชการ	11	4.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	4.8
พนักงานบริษัทเอกชน	106	42.4
เจ้าของธุรกิจ	11	4.4
ประกอบอาชีพอิสระ	18	7.2
อื่น ๆ	2	0.8
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 ลำดับรองมาได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รับราชการและเจ้าของธุรกิจมีจำนวนเท่ากัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74	29.6
10,001 - 20,000 บาท	80	32.0
20,001 - 30,000 บาท	66	26.4
30,001 - 40,000 บาท	14	5.6
มากกว่า 40,000 บาท	16	6.4
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ลำดับรองมาได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของประชากร มาใช้บริการเดือนละกี่ครั้ง

คุณใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต เดือนละกี่ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 ครั้ง	152	60.8
3 – 4 ครั้ง	69	27.6
มากกว่า 4 ครั้ง	29	11.6
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละต่ำกว่า 2 ครั้งมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาได้แก่ 3 – 4 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของประชากร มาใช้บริการกับใคร

คุณมาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต กับใคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนรัก/แฟน	64	25.6
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	95	38.0
ครอบครัว	87	34.8
อื่น ๆ	4	1.6
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มาใช้บริการกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานมากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาได้แก่ ครอบครัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 คนรัก/แฟน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของประชากร ทำไม่ถึงมาใช้บริการ

ทำไมคุณถึงมาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสม	62	24.8
ตลาดมีความน่าเชื่อถือ	21	8.4
ความหลากหลายของสินค้า	96	38.4
ตลาดมีชื่อเสียง	18	7.2
การบริการของผู้ขาย	14	5.6
สะดวกเดินทางเข้าถึงง่าย	39	15.6
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มาใช้บริการเพราะความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสม จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 สะดวกเดินทางเข้าถึงง่าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตลาดมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตลาดมีชื่อเสียง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และการบริการของผู้ขาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของประชากร มาซื้อสินค้าประเภทใดบ่อยที่สุด

คุณมาซื้อสินค้าประเภทใดที่ตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต บ่อยที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เสื้อผ้า	57	22.8
ผัก/ผลไม้	18	7.2
อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	29	11.6
อาหาร/เครื่องดื่ม	88	35.2
สัตว์เลี้ยง	17	6.8
เครื่องประดับ	41	16.4
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าประเภทอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาได้แก่ เสื้อผ้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 เครื่องประดับ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และสัตว์เลี้ยง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของประชากร รู้จักจากที่ใด

คุณรู้จักตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต จากที่ใด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์	10	4.0
เพจ Facebook	30	12.0
เพื่อน คนรู้จัก	110	44.0
อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง	100	40.0
อื่น ๆ	0	0.0
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อน คนรู้จักมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาได้แก่ อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 เพจ Facebook จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เว็บไซต์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอื่นๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของประชากร ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่คุณมาซื้อสินค้าที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	144	57.6
1,001 – 2,000 บาท	87	34.8
มากกว่า 2,000 บาท	19	7.6
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่ำกว่า 1,000 บาทมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาได้แก่ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และมากกว่า 2,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของประชากร ชอบมาใช้บริการช่วงเวลาใดมากที่สุด

คุณชอบมาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต ช่วงเวลาใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
16.00 – 18.00 น.	75	30.0
18.01 – 20.00 น.	109	43.6
20.01 – 22.00 น.	66	26.4
ทั้งหมด	250	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ชอบมาใช้บริการช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. มากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 16.00 – 18.00 น. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และช่วงเวลา 20.01 – 22.00 น. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของประชากร เดินทางมาโดยวิธีใด

คุณเดินทางมาใช้บริการตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต โดยวิธีใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	127	50.8
รถจักรยานยนต์	57	22.8
รถเมล์	42	16.8
รถแท็กซี่	14	5.6
เดิน	8	3.2
อื่น ๆ	2	0.8
ทั้งหมด	250	100.0



จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว/รถเช่ามากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รถเมล์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รถแท็กซี่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 เดิน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดถนนคนเดิน ตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 14 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า

ความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า	\bar{X}	แปลผล
1. สินค้าประเภทอาหารมีความสดใหม่	4.42	มากที่สุด
2. สินค้าในตลาดมีความหลากหลาย	4.48	มากที่สุด
3. สินค้าในตลาดมีความสะอาด	4.31	มากที่สุด
4. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.36	มากที่สุด
5. มีการแสดงราคาของสินค้าอย่างชัดเจน	4.27	มากที่สุด
รวม	4.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านคุณภาพของสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.37$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารมีความสดใหม่ ($\bar{X}=4.42$) สินค้าในตลาดมีความหลากหลาย ($\bar{X}=4.48$) สินค้าในตลาดมีความสะอาด ($\bar{X}=4.31$) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X}=4.36$) มีการแสดงราคาของสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.27$)

ตารางที่ 15 ความพึงพอใจด้านการจัดวางร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า

ความพึงพอใจด้านการจัดวางร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า	\bar{X}	แปลผล
1. สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม	4.31	มากที่สุด
2. สินค้าประเภทต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวน	4.32	มากที่สุด
3. สินค้าประเภทสัตว์เลี้ยง	4.30	มากที่สุด
4. สินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ	4.30	มากที่สุด
รวม	4.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดวางร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ($\bar{X}=4.31$) สินค้าประเภทต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวน ($\bar{X}=4.32$) สินค้าประเภทสัตว์เลี้ยง ($\bar{X}=4.30$) สินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ($\bar{X}=4.30$)



ตารางที่ 16 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้า

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้า	\bar{X}	แปลผล
1. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ สุภาพและเป็นมิตร	4.36	มากที่สุด
2. ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	4.40	มากที่สุด
3. ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	4.40	มากที่สุด
4. ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	4.46	มากที่สุด
รวม	4.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.41$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ สุภาพและเป็นมิตร ($\bar{X}=4.36$) ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.40$) ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ($\bar{X}=4.40$) ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{X}=4.46$)

ตารางที่ 17 ความพึงพอใจด้านความสะอาด

ความพึงพอใจด้านความสะอาด	\bar{X}	แปลผล
1. มีการจัดการขยะที่เหมาะสม	4.13	มาก
2. ความสะอาดของร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า	4.19	มาก
3. ความสะอาดของทางเดิน	4.15	มาก
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	4.01	มาก
รวม	4.12	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความสะอาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดการขยะที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.13$) ความสะอาดของร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า ($\bar{X}=4.19$) ความสะอาดของทางเดินภายในตลาด ($\bar{X}=4.15$) ความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{X}=4.01$)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 18 ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย	\bar{X}	แปลผล
1. การปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ภายในตลาด	4.28	มากที่สุด
2. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ภายในตลาด	4.28	มากที่สุด
3. ภายในตลาดมีกล้องวงจรปิด	4.15	มาก
4. มีการคัดกรอง วัตถุอันตราย และวางอุปกรณ์ฆ่าเชื้อสำหรับผู้ใช้บริการก่อนเข้าตลาด	4.16	มาก
5. มีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ตามร้านค้าต่างๆอย่างเพียงพอ	4.19	มาก
รวม	4.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) เมื่อพิจารณารายข้อพบมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดและมาก ได้แก่ การปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ภายในตลาด ($\bar{X}=4.28$) การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ภายในตลาด ($\bar{X}=4.28$) ภายในตลาดมีกล้องวงจรปิด ($\bar{X}=4.15$) มีการคัดกรอง วัตถุอันตราย และวางอุปกรณ์ฆ่าเชื้อสำหรับผู้ใช้บริการก่อนเข้าตลาด ($\bar{X}=4.16$) มีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ตามร้านค้าต่างๆอย่างเพียงพอ ($\bar{X}=4.19$)

ตารางที่ 19 ความพึงพอใจด้านการบริการ

ความพึงพอใจด้านการบริการ	\bar{X}	แปลผล
1. มีที่นั่งพักสำหรับผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม	4.21	มากที่สุด
2. การเดินทางมาตลาดมีความสะดวกสบาย	4.33	มากที่สุด
3. ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	4.30	มากที่สุด
4. ตลาดมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการ	4.35	มากที่สุด
รวม	4.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$) เมื่อพิจารณารายข้อพบมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีที่นั่งพักสำหรับผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.21$) การเดินทางมาตลาดมีความสะดวกสบาย ($\bar{X}=4.33$) ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ($\bar{X}=4.30$) ตลาดมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการ ($\bar{X}=4.35$)

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต” ได้ดังนี้ ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี



ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มาใช้บริการเดือนละต่ำกว่า 2 ครั้งมากที่สุด ส่วนใหญ่มาใช้บริการกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานและมาใช้บริการเพราะความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าประเภทอาหาร/เครื่องดื่ม รู้จักตลาดถนนคนเดินตลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต จากเพื่อน มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่ำกว่า 1,000 บาทมากที่สุด ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ชอบมาใช้บริการวันเสาร์ ส่วนใหญ่ชอบมาใช้บริการช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. มากที่สุด เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านคุณภาพของสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารมีความสดใหม่ สินค้าในตลาดมีความหลากหลาย สินค้าในตลาดมีความสะอาด ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดวางร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม รองลงมาเป็นสินค้าประเภทต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวน ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ สุภาพและเป็นมิตร ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความสะอาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของร้านค้าและแผงจำหน่ายสินค้า มีการจัดการขยะที่เหมาะสม โดยเมดิเวีย ไถ่เหี่ยมและชัยสิทธิ์ ด่านกิตติกุล (2017) ศึกษาลักษณะทางกายภาพที่พึงประสงค์ของถนนคนเดินกรณีศึกษาถนนถลาง จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ถนนถลางมีปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะทางกายภาพที่พึงประสงค์สำหรับการเป็นถนนคนเดิน ได้แก่ ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้ง ความหลากหลายในการสัญจรเข้าถึงพื้นที่ และความสะดวกในการเชื่อมต่อกับโครงข่ายการสัญจรอื่น แต่อย่างไรก็ตามยังพบว่า จุดจอต้อนรับส่งผู้โดยสาร รถบริการ และพื้นที่จอตอร์ถยังไม่เหมาะสม ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ภายในตลาด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตลาดมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการและการเดินทางมาตลาดมีความสะดวกสบาย กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสาคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวให้ความสาคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ตโดยภาพรวมทั้ง 7 ด้านนั้นมีความสาคัญอยู่ในระดับมากในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสาคัญในด้านสินค้าและบริการมากที่สุดรองลงมาเป็นด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสาคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา เกิดฤทธิ์, (2561), ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสาคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 3(3), 74-82
กรุงเทพฯธุรกิจ, (2022), ท่องเที่ยวภูเก็ต 5 เดือนแรกปี 65 โยกรายได้แล้วกว่า 26,500 ล้าน, สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/1012545>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

จรรยาบรรณ สุธรรมมา, (2021), ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนย่าน
เมืองเก่าภูเก็ต, วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 16(58), 58-67
เมติญา ไถเทียมและชัยสิทธิ์ ต่านกิตติกุล, (2017), ลักษณะทางกายภาพที่พึงประสงค์ของถนนคนเดิน
กรณีศึกษาถนนกลาง จังหวัดภูเก็ต, วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 9(2),
53-68
Pa Lan La, (2564), ถนนคนเดินขนาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย, สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2566, จาก
<https://palanla.com/th/domesticLocation/detail/1920>