

การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าชายแดน ด้านท่าเสด็จ หนองคาย

A STUDY OF THE TRADE OPINION ENTREPRENEURS AT THE THASADET BORDER TRADE, NONGKHAH

เจริญชัย พรไพรเพชร^{1*} และ ยุทธสิทธิ์ จันทร์คูเมือง²

CHARROENCHAI PORNPRAIPETCH¹ and YUTHASITTI JUNKHUMUANG²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าชายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย 2) ศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าชายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ผู้ประกอบการ การค้าชายแดนบริเวณ ด้านท่าเสด็จ หนองคาย จำนวน 210 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ ค่าคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ค่า IOC 0.864 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย สถิติที่ใช้สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าชายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย โดยรวมและราย ด้าน อยู่ในระดับมาก 2) ผู้ประกอบการ มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน ต่างกัน มีความคิดเห็นในการค้า ชายแดนบริเวณ ด้านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ; การค้าชายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จหนองคาย

ABSTRACT

The purposes of this research were studied for 1) A study the trade opinion entrepreneurs at Thasadet Border Trade, Nongkhai. 2) compare the trade opinion entrepreneurs at the Thasadet Border Trade, Nongkhai. The sample size consisted of 210 selected by simple random sampling. The research instruments were a rating scale questionnaire and The quality of instruments came from the experts 3 men, IOC 0.864. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t- test and one-way analysis of variance.

The results of the research were as follows : 1) The Trade Opinion Entrepreneurs at the Thasadet Border Trade, Nongkhai both the overall and aspects were high level. 2) The Trade Entrepreneurs classified by different sex, age, education level and experience both the overall aspects were significantly different at .05

¹⁻² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, Instructor Master of Business Administration Program, Santapol College

* Corresponding author. Email : cha5411@hotmail.com

Received : October 28, 2019, Revised: December 20, 2019, Accepted : December 30, 2019

Keywords : The Opinion of The Entrepreneurs ; The Thasadet Border Trade ; Nongkhai

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอินโดจีนและมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย เขมร พม่าและลาว มีการติดต่อกันทางด้านสังคม วัฒนธรรม และทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้สามารถทำการค้าขายไปมาหาสู่กันระหว่างพรมแดนที่มีช่องทางการค้าขายแดนระหว่างกันโดยทำการค้าขายผ่านจุดผ่านแดนชั่วคราว จุดผ่อนปรน และจุดผ่านแดนถาวร ที่กระจายอยู่ในจังหวัดชายแดนทั่วประเทศ การค้าขายแดน (Border Trade) ในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการค้าขายชายแดนสูงกว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าเกิดผลทำให้ประเทศไทยได้ดุลการค้า ดังนั้นประเทศไทยจึงให้ความสำคัญการค้าขายแดนเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองชายแดนเพื่อรองรับการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว (นวรรตน์ นิธิชัยนันต์ : 2556) การค้าขายแดนในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้น ตลอดจนเพิ่มข้อตกลงทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ อีกด้วย โดยด้านสำคัญ ๆ ของการค้าขายแดนของประเทศไทย อาทิ ด้านสะดวกเขตชายแดนไทยและมาเลเซีย ด้านส่งเสริมเขตชายแดนไทยและเมียนมา ด้านอนุรักษ์ประเทศเขตชายแดนไทยและกัมพูชา ด้านหนองคายเขตชายแดนไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ณัฐธินันท์ เอื้อศิลป์ และยุทธภูมิ ชูลาห์ : 2560) ปัจจุบันประเทศกลุ่มประชาคมอาเซียนมีแนวโน้มจะขยายการค้าระหว่างประเทศภายในภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น โดยมีการจัดตั้งกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคทั้งภายในและระหว่างประเทศ เช่น กลุ่มอาเซียนสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (IMT-GT) กลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GSM) และกลุ่มความร่วมมือทางด้านการค้าและการลงทุนและการเชื่อมโยงเส้นทางการคมนาคมระหว่างประเทศภายในกลุ่ม ทำให้ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจดังกล่าวเป็นอย่างมาก เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของไทยที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยการขยายการค้าของไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

ทั้งการทำการค้าในรูปแบบปกติและการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านโดยรอบ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ : 2553) ปัจจุบันตลาดท่าเสด็จมีเศรษฐกิจที่ดีมากในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ขณะนี้มีผู้ประกอบการกว่า 400 ราย แบ่งเป็นคนหนองคายประมาณ 60% และอีก 40% เป็นผู้ประกอบการนอกพื้นที่ ตลาดแห่งนี้จะมีความน่าสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยวชม และเลือกซื้อสินค้าอย่างไม่ขาดสาย โดยเปิดบริการให้จับจ่ายทุกวัน ตลาดท่าเสด็จจึงเป็นช่องทางในการเพิ่มเศรษฐกิจแก่ประเทศไทย การที่จะสร้างคุณค่าให้กับผู้ประกอบการอาชีพการค้าขายแดน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ มีทักษะ มีความสามารถที่จะทราบปัญหาและแก้ไขปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าขายแดน บริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคายในการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้เปรียบในการแข่งขันในระดับสากล (Smartsme.co.th : 2557) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการการค้าขายแดน บริเวณด่านท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม สนับสนุนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดนไทย-ลาว บริเวณด่านท่าเสด็จ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจให้เป็นที่ยอมรับและดำรงอยู่ยั่งยืนระดับอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการการค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

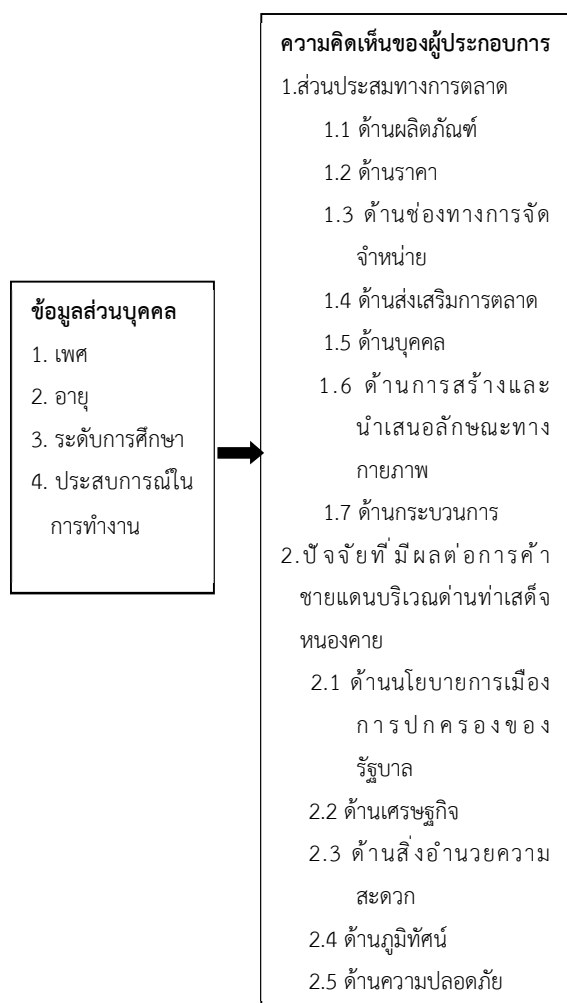
แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P และสภาพการค้าขายแดน มาจาก Philip Kotler (2012), Robbin (2008) และปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดน ด้านท่าเสด็จ มาจาก ทานตะวัน มะโนรัมย์ (2554), นวรรตน์ นิธิชัยนันต์ (2556), มณีรัตน์ การรักษ์ (2556), เทพรักษ์ สุริยา (2561), ศิริพร จำปาวลัย (2554), ปาณิสรา สิริเอกศาสตร์ (2556) และ

ปิยภรณ์ ช่วยชูหนู (2559)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน
2. อายุต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน
4. ประสบการณ์ในการทำงานต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย ทั้งสิ้น 460 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย จำนวน 210 ราย ได้มาเพื่อการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Robert V. Krejcie and Eayrle W. Morgan.1970 อ้างในธีรวิทย์ เกษกุล, 2543)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสอบถามระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ทั้งปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะการค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย

คุณภาพของเครื่องมือ โดย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน นำมาเข้าเกณฑ์การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยหาค่า IOC (บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. 2551 : 63 – 64) เท่ากับ 0.864 และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .963 นำแบบสอบถามที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญและทดสอบ (Try-Out) กับผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านอินโดจีน จังหวัดนครพนม ซึ่งไม่ใช่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยนักวิจัยและนักศึกษา และให้นักวิจัยเป็นผู้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตั้งแต่มีนาคม ถึง กันยายน 2561 จำนวนร้อยละ 85 และ ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน 2561 จำนวนร้อยละ 15 รวมเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ การค้าขายแดน บริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
1.1 ชาย	75	33.5
1.2 หญิง	135	64.3
รวม	210	100.0
2.อายุ		
2.1 18-30 ปี	35	11.9
2.2 31-40 ปี	36	17.1
2.3 41-50 ปี	98	46.7
2.4 มากกว่า 50 ปี	51	24.3
รวม	210	100.0
3.ระดับการศึกษา		
3.1 ประถม/มัธยมศึกษา	122	58.1
3.2 ปวช./ปวส.	78	37.1
3.3 ปริญญาตรี	8	3.8
3.4 สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.0
รวม	210	100.0
4.ประสบการณ์		
4.1 น้อยกว่า 1 ปี	13	6.2
4.2 ตั้งแต่ 1-5 ปี	23	11.0
4.3 ตั้งแต่ 6-10 ปี	114	54.3
4.4 มากกว่า 10	60	28.5
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.3 อายุ

41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีการศึกษาในระดับ ประถม/มัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 58.1 และมีประสบการณ์ตั้งแต่ 6-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 54.3

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการค้าของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย ผลการวิเคราะห์เป็นตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการค้า

ความคิดเห็น ผู้ประกอบการ	ระดับสภาพ			ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปร ผล	
1. ส่วนประสมทางการตลาด				
1.1 ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	.77	มาก	2
1.2 ด้านราคา	4.11	.65	มาก	1
1.3 ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	3.73	.76	มาก	4
1.4 ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.70	.65	มาก	6
1.5 ด้านพนักงาน	3.38	.60	กลาง	7
1.6 ด้านการสร้าง และ การนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.79	.73	มาก	3
1.7 ด้านกระบวนการ รวม	3.72 3.79	.76 .47	มาก	5
2.ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนด่านท่าเสด็จ				
2.1 นโยบายการเมือง การปกครองของ รัฐบาล	3.79	.65	มาก	2
2.2 เศรษฐกิจ				
2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก	3.97	.53	มาก	1
2.4 ภูมิพรรณ	3.64	.51	มาก	4
2.5 ความปลอดภัย	3.77	.68	มาก	
รวม	3.52 3.74	.52 .39	มาก	3 5
รวมทั้งสิ้น	3.76	.43	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านราคา รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านพนักงาน และปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนด่านท่าเสด็จโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ รองลงมา ด้านนโยบายการเมืองการปกครองของรัฐบาล และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านความปลอดภัย

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 เพศต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดน ด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่า t ค่า sig ของเพศ

ลักษณะ ส่วน บุคคล	เพศชาย		เพศหญิง		t	sig
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
เพศ	3.71	.50	3.79	0.42	-1.27	.025*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test พบว่า ค่า t = -1.270 sig .025 ค่า p < .05 สรุปได้ว่า เพศต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 อายุต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดน ด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงค่า F ค่า sig ของอายุ

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig
ตั้งแต่ 18-30 ปี	3.74	.56	5.47	.001*
ตั้งแต่ 31-40 ปี	3.97	.26		
ตั้งแต่ 41-50 ปี	3.63	.34		
มากกว่า 50 ปี	3.65	.21		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า F = 5.477 ค่า Sig .001 ค่า p < .05 สรุปได้ว่าอายุต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลการทดสอบรายคู่ด้านอายุตามตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบรายคู่อายุ

อายุ	18-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า 50ปี
ตั้งแต่ 18-30 ปี	-	.003*	.207	.353
ตั้งแต่ 31-40 ปี	.003*	-	.001*	.003*
ตั้งแต่ 41-50 ปี	.207	.001*	-	.083
มากกว่า 50 ปี	.353	.003*	0.083	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบรายคู่ ด้านอายุพบว่า ผู้ที่มีอายุ 18-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 3 ระดับการศึกษา ต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดน ด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน ดังตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงค่า F ค่า sig ของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig
ประถม/มัธยมศึกษา	3.74	.47	1.397	.024*
ปวช./ปวส.	3.78	.41		
ปริญญาตรี	4.05	.46		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.55	.01		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า F = 1.397 ค่า Sig = .024 ค่า p < .05 สรุปได้ว่าระดับการศึกษาต่างกัน ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลการทดสอบรายคู่ ด้านระดับการศึกษา ตามตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบรายคู่ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถม/มัธยม	ปวช./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถม/มัธยมศึกษา	-	.004*	.020*	.001*
ปวช./ปวส.	.004*	-	.001*	.003*
ปริญญาตรี	.020*	.001*	-	.001*
สูงกว่าปริญญาตรี	.001*	.003*	.001*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ประถม/มัธยมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษา ปวช./ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ที่มีระดับการศึกษา ปวช./ปวส. มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 4 ประสิทธิภาพการทำงาน ต่างกัน ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดน ด้านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน ดังตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงค่า F ค่า sig ของประสิทธิภาพการทำงาน

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig
น้อยกว่า 1 ปี	3.39	.56	6.445	.000*
ตั้งแต่ 1 -5 ปี	3.91	.61		
ตั้งแต่ 6 -10 ปี	3.72	.40		
มากกว่า 10 ปี	3.89	.38		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA พบว่าค่า F = 6.445 ค่าSig = .000 ค่า p < .05 สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ต่างกัน ความคิดเห็นของ

ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลการทดสอบรายคู่ด้านประสบการณ์การทำงาน ตามตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 ผลการทดสอบรายคู่ประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	น้อยกว่า 1 ปี	ตั้งแต่ 1-5 ปี	ตั้งแต่ 6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.011*	.009*	.000*
ตั้งแต่ 1 -5 ปี	.011*	-	.059	.909
ตั้งแต่ 6 -10 ปี	.009*	.059	-	.012*
มากกว่า 10 ปี	.000*	.909	.012*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 1 ปี ตั้งแต่ 1 -5 ปี ตั้งแต่ 6 -10 ปี และมากกว่า 10 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 6 -10 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการการค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคาย สรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง ร้อยละ 64.30 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 46.70 การศึกษาระดับประถม/มัธยมศึกษา ร้อยละ 58.10 และประสบการณ์ การทำงาน ตั้งแต่ 6-10 ปี ร้อยละ 54.3

2. ผู้ประกอบการ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนด้านท่าเสด็จ โดยภาพรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ผลปรากฏดังนี้

2.1. ส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุด ด้านพนักงาน

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านนโยบาย การเมืองการปกครองของรัฐบาล และน้อยที่สุด ด้านความปลอดภัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ปรากฏผลดังนี้

1. เพศต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จแตกต่างกัน มีค่า $sig = .025$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. อายุต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ แตกต่างกัน มีค่า $sig = .001$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ระดับการศึกษาต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ แตกต่างกัน มีค่า $sig = .024$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ประสบการณ์ ต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ แตกต่างกัน มีค่า $sig = .000$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุด ด้านพนักงาน เป็นเพราะว่า ราคาสินค้าในตลาดท่าเสด็จมีราคาถูก ส่วนใหญ่เป็นค้าค้าที่ผลิตมาจากประเทศจีนและประเทศเวียดนาม มีต้นทุนในการผลิตต่ำ สอดคล้องกับงานของ เรวดี แก้วมณี (2556) และ วีระยุทธ ทนทาน (2555) จากการที่ค่าแรงงานมีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ ที่มีค่าแรงงานที่แพง ทำให้ราคาสินค้าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาธิป ประเสริฐรุ่งเรือง (2561) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ คุณภาพ

ของผลิตภัณฑ์ การจัดส่งสินค้าตรงตามที่อยู่ของผู้บริโภค และการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอและ สอดคล้องกับงานวิจัย อิศริย์ อนันต์โชคปฐมา (2558) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าใน Line Giftshop ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด ล้วนมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อสินค้า

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านนโยบายการเมืองการปกครองของรัฐบาล และน้อยที่สุดด้านความปลอดภัย เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการมีรายได้จากการค้าขายเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การค้าขายแดนบริเวณจุดผ่อนปรนทางการค้าช่องกร่างระหว่างจังหวัดสุรินทร์ประเทศไทยและจังหวัดอุดรธานีประเทศกัมพูชา พบว่า ด้านเศรษฐกิจประชาชนมีรายได้จากการค้าขายแดนเพิ่มขึ้น มีการลงทุนทางการค้าเพิ่มขึ้นเกิดการขยายตัวทางการค้ามากขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสังคม ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันมีความรักความสามัคคีต่อกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางและสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพรัักษ์ สุริผาย (2561) ได้ศึกษาบทบาทการค้าขายแดนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนมและจังหวัดมุกดาหารพบว่าการค้าขายแดนส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านบวก ทั้งด้านอาชีพและการจ้างงาน ด้านการเพิ่มรายได้และด้านสังคมความเป็นอยู่ และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านการส่งอาชีพและการจ้างงานในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

2. เพศต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน เป็นเพราะว่า ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชายเพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัย ศรีศา บุญประเสริฐ (2559) ได้ศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่ามีเพียงปัจจัยด้านเพศเท่านั้น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊ก เนื่องจากความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันอย่างมากรวมทั้งในเรื่องต่างๆ ทั้งในด้านความคิด ความสนใจ และพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยพบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นมากกว่าเพศชายและ สอดคล้องกับงานวิจัยปิยาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์พบว่า เพศ แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

3. อายุต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นเพราะว่าอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกันหรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการตัดสินใจเช่นเรื่องการเมืองความสนุกสนานการเตรียมตัวสร้างอนาคตเป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล ที่มีอายุต่างกันมีความคิดต่างกัน ผู้ที่มีอายุน้อยมีความคิดที่จะพัฒนานตนเองแตกต่างจากผู้ที่มีอายุมากสอดคล้องกับการศึกษาของ ทอแรนซ์ (Tarrance, 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, (2546) พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้นอายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม และ สอดคล้องกับงานวิจัย ปิยาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์พบว่า อายุ แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์แตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยศิริพร จำปาวัลย์. (2554) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางและเครื่องสำอางค์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางค์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ระดับการศึกษาต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน เป็นเพราะว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันอาชีพเป็นผู้ประกอบการจะได้รับความรู้ในการประกอบการตามแนวทางของบรรพบุรุษถ่ายทอดความรู้ความสามารถในการประกอบการให้กับลูกหลานในรุ่นต่างๆ แตกต่างกันการศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้วการศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่าง ทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรม ความคิดอีกเช่นกันคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกันระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อดทนอดกลั้นและความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2559) ได้ศึกษาส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคที่มี การศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

5. ประสบการณ์ต่างกันความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด้านท่าเสด็จ หนองคายแตกต่างกัน อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นเพราะว่า ประสบการณ์ก็จะมีผลที่อาจจะทำให้มนุษย์เกิดการเรียนรู้ได้ การมีประสบการณ์บางอย่างก็อาจจะทำให้บุคคลเหล่านั้นเกิดมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมแตกต่างกันสอดคล้องกับ สุเมธ แก่นมณี (2557) นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการอ่านหนังสือ และเกิดจากการรับรู้จากสื่อมวลชน ได้ด้วยเช่นเดียวกัน และเกิดความรู้ดี ๆ จากกลุ่มเพื่อน ยังสามารถที่จะนำไปเป็นความรู้ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยศิริพร จำปาวัลย์ (2554) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางและเครื่องสำอางค์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ ระดับรายได้ ประสบการณ์การทำงาน และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางค์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคายเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดผู้ประกอบการ/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญด้านพนักงาน ได้แก่ การฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานในด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ การให้บริการลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การสร้างทัศนคติทางบวกต่อการให้บริการ และการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

2. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดผู้ประกอบการ/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญหลักความปลอดภัย ได้แก่ การสร้างความปลอดภัยในการทำงาน การประยุกต์หลักการ 5ส. กับสถานที่การค้า หรือการสร้างกิจกรรมร่วมกัน เช่น Big Cleaning Day -การตรวจ

ตราเพื่อระวังความปลอดภัยการจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัย และการติดตั้งกล้องวงจรปิดในร้านค้า และเส้นทาง การจราจรรอบบริเวณตลาดด่านท่าเสด็จ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลยุทธ์ในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย โดยนำหลักการ ทฤษฎี SWOT เข้ามาประยุกต์งานวิจัย

2. การจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ การค้าขายแดนบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย โดยนำหลักการตลาดออนไลน์ หรือการทำ e-business / e-commerceเข้ามาดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ การซื้อขายสินค้าและบริการ และการโฆษณาผ่านทางสังคมออนไลน์

3. การศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคบริเวณด่านท่าเสด็จ หนองคาย โดยนำหลักการสนองความต้องการของลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุด หรือ Customer is corporate.

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2553. การลงทุนในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : Trade and Competitiveness Competitive means open to the world Lisbon Agenda. กรุงเทพฯ. กระทรวงพาณิชย์.
- [2] กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2556. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์.
- [3] ญัฐธณิน เอื้อศิลป์ และยุทธภูมิ ขูลาห์. 2560. การศึกษาสถานการณ์การค้าของผู้ประกอบการบริเวณด่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- [4] ทานตะวัน มโนรมย์. 2554. ศึกษาสภาพการค้าขายแดนไทย-สปป.ลาว. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- [5] เทพรักษ์ สุริฝ่าย. 2555. บทบาทการค้าขายแดนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. ขอนแก่น :มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [6] ธนาธิป ประเสริฐรุ่งเรือง. 2561. กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [7] ชีรวุฒิ เอกะกุล. 2550. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- [8] นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์. 2556. การค้าขายแดนบริเวณจุดผ่อนปรนทางการค้าของก๊ว่งระหว่างจังหวัดสุรินทร์ประเทศไทย และจังหวัดอุดรธานี ประเทศไทย. สุรินทร์ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- [9] บุญชม ศรีสะอาด. 2551. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุริยสาส์น.

- [10] ปาณิสรา สิริเอกศาสตร์. 2559. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- [11] ปิยะมากรณ์ ช่วยชูหนู. 2559. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [12] มณีรัตน์ การรักษ์. 2558. การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา กรณีศึกษาตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์. นครพนม : วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 : 35-43.
- [13] เรวดี แก้วมณี. 2556. แนวโน้มการค้าชายแดนสดใสโอกาสของภาคอุตสาหกรรมภายใต้ยุคค่าเงินบาทผันผวน. สืบค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม, 2561, จาก <http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/trendbordertrade-june-2556.pdf>.
- [14] วีระยุทธ ทนทาน. 2555. แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ การค้าชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน. ศรีสะเกษ : คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- [15] ศรีศา บุญประเสริฐ. 2559. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook). กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [16] ศิริพร จำปาวลัย. 2554. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่ม เปปทีน และเบรนฟิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [17] สมาร์ท เอส เอ็ม อี (Smart SME Co.Ltd). ตลาดท่าเสด็จ หนองคาย สู่ สปป.ลาว. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.smartsme.co.th/content/11895>.
- [18] สุเมธ แก่นมณี. 2557. รายงานการศึกษาการค้าตามแนวชายแดนของจังหวัดสุรินทร์. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [19] เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์. 2559. ส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- [20] อีสริย์ อนันต์โชคปฐมา. 2558. ส่วนผสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าใน Line Giftshop. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [21] Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 12th Edition, Edinburgh Gate : Pearson Education Limited.
- [22] Stephen P Robbins and Mary Coulter. 2008. *Management*. Bangkok : Pearson Education Indochina Co.,Ltd.