

53920178 : สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ : ความต้องการ / ความพึงพอใจ / การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ / ตลาดน้ำน้ำตก
กวางโจว / อำเภอหนองหญ้าปล้อง / จังหวัดเพชรบุรี

พรชัย ไตรรัตน์: ความต้องการและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี
(CUSTOMER'S NEEDS AND SATISFACTION OF TO THE ECO-TOURISM: A
CASE STUDY OF KWANGCHOW WATERFALL FLOATING MARKET
,NONGYAPONG DISTRICT PETCHABURI) อาจารย์ ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: รอง
ศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์, DBA, 144 หน้า, ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัยเรื่อง ความต้องการและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี การ
วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อ
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัด
เพชรบุรี และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาเยี่ยมชมกับความต้องการ
และความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว อำเภอหนอง
หญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่ง
คำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว
แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ
สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ
ความต้องการและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำ
น้ำตกกวางโจว อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาทั้งหมด 7 ด้าน
ได้แก่ ด้านบริการ ด้านกิจกรรม/สันทนาการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้าน
ส่งเสริมการตลาด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
โดยทำการศึกษาจากผู้เยี่ยมชม ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว จำนวน 400 คน ซึ่งสามารถสรุป
ผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 - 45 ปี มีสถานภาพสมรส มี

ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 10,001 - 20,000 บาท

ความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว พบว่า ผู้เยี่ยมชมมีระดับความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้เยี่ยมชมมีระดับความต้องการ มากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ด้านกิจกรรม/สันทนาการ กับ ด้านบุคลากร ส่วนด้านราคาผู้เยี่ยมชมมีระดับความต้องการน้อยที่สุด

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว พบว่า ความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจวจะแตกต่างกันตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้เยี่ยมชมมีระดับความพึงพอใจ มากที่สุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนด้านบริการผู้เยี่ยมชมมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจว พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำน้ำตกกวางโจวจะแตกต่างกันตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

53920178 : MAJOR: MASTER OF MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: NEEDS / SATISFACTION / ECO-TOURISM/ KWANGCHOW WATERFALL FLOATING MARKET / NONGYAPONG DISTRICT / PETCHABURI PROVINCE)

PASSAWON TRIRATH : CUSTOMER'S NEEDS AND SATISFACTION OF TO THE ECO-TOURISM: A CASE STUDY OF KWANGCHOW WATERFALL FLOATING MARKET ,NONGYAPONG DISTRICT PETCHABURI . ADVISOR: DR.VUTTICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A. 144 P. 2012.

Research of customer's needs and satisfaction of to the eco-tourism: a case study of kwangchow waterfall floating market nongyapong district petchaburi. This researchment purposes to study the factor of customer's needs and satisfaction of to the eco-tourism: a case study of kwangchow waterfall floating market nongyapong district petchaburi. And compare the personal of customer's factor of needs and satisfaction of to the eco-tourism: a case study of kwangchow waterfall floating market nongyapong district petchaburi. This researchment purposes to study the factor of needs and satisfaction of to the eco-tourism: a case study of kwangchow waterfall floating market nongyapong district petchaburi. Through tool of this research is questionnaire of information. It is provided three parts such as Part I the questionnaire of personal information by demography of age, sex, status, education, occupation and income. Part II questionnaire information of customer's needs and satisfaction of to the eco-tourism: a case study of kwangchow waterfall floating market nongyapong district petchaburi. By study total seven parts such as service, activity, cost, place, personnel, marketing and physical environment. And Part III other suggestion by study from 400 customer at kwangchow waterfall floating market. These are briefly result of research such as

General evaluated informations of this questionnaire is mostly women, age of 31- 45 years old, married status, Bachelor degree of education, self-employed and average income of 10,001-20,000 baht a month.

Needs of the eco-tourism kwangchow waterfall floating market in the whole picture factor is most. The point of mostly needs of customer are functional of marketing equipment. The secondary point is activity and personnel. The cost is minority needs.

The result of comparing the personal of customers factor of needs to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market are different of personal of customer factor needs to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market by age, sex, status, occupation and monthly average income.

Satisfaction of customers to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market, the questionnaire information of customers are highly satisfied in the whole picture to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market.

The point of mostly satisfaction of customers are functional of personnel. The secondary point is physical enviroment. Service is minority satisfaction.

The result of comparing the personal of customers factor of satisfaction to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market are different satisfaction of personal of customers factor to the eco-tourism kwangchow waterfall floating market by age, sex, status, occupation and monthly average income.