

เขาวภา จันทรสีลอน : ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี. (FACTORS AFFECTING TOURIST'S SATISFACTION WITH NHONGMON MARKET CHONBURI PROVINCE) อ. ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ, 131 หน้า.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดหนองมนให้มีความเหมาะสมเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงศึกษาว่าทำไมนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาเที่ยวตลาดหนองมนลดลง วิธีการศึกษาเป็นการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 376 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวและสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วยเจ้าของตลาดหนองมน ผู้ประกอบการร้านค้า หัวหน้ากองวิชาการและแผนงานเทศบาล เจ้าหน้าที่ตำรวจและนักท่องเที่ยว ผลการศึกษามีดังนี้

จากการศึกษาพบว่าตลาดหนองมนมีมานานแล้ว เป็นตลาดที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเองภายในชุมชน เมื่อตลาดได้รับการพัฒนามีถนนตัดผ่านตลาดหนองมนจึงเป็นตลาดที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวนอกชุมชน และจังหวัดอื่นด้วย ตลาดหนองมนเจริญสูงสุดและเป็นตลาดที่ได้มาตรฐาน สมัยที่พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรีเนื่องจากในช่วงนั้นระบบเศรษฐกิจภายในประเทศดี มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2540 ตลาดหนองมนอยู่ในช่วงซบเซาเนื่องจากประเทศประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ต่อมาในปีพ.ศ.2546 จนถึงปัจจุบัน สภาพการท่องเที่ยวอยู่ในระดับชะลอตัว โดยมีแนวโน้มลดลง

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากตลาดหนองมนมีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกชมหลายชนิดและหลายร้านทำให้นักท่องเที่ยวได้เลือกได้เปรียบเทียบสินค้าและราคารวมถึงคุณภาพและปริมาณของสินค้านั้นๆ

ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทาง

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยด้านการเดินทาง ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางและพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความสำคัญต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจ ถ้าผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเป็นคนรู้จักกันและมีจุดประสงค์ในการเดินทางเหมือนกัน ทำให้เดินทางท่องเที่ยวสนุกไม่เกิดความเบื่อหน่ายและเป็นกันเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางก็เช่นเดียวกันเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย

สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม  
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิิต.....*Learn Purison*  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....*Kamon De*

# # 4889122520 : MAJOR HUMAN AND SOCIAL DEVELOPMENT

KEY WORD: FACTORS AFFECTING TOURIST 'S SATISFACTION WITH NHONGMON MARKET

YAOWAPHA CHANSORN: FACTORS AFFECTING TOURIST 'S SATISFACTION WITH  
NHONGMON MARKET CHONBURI PROVINCE. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.  
SUWATTANA THADANITI, 131 pp.

The objective of this thesis aims to study factors affecting tourist's satisfaction with Nhongmon market in Chonburi province and to suggest the suitable policy of development for Nhongmon market can attack with the tourist's satisfaction.

The methodology are used for this research which are an in-dept interview and questionnaires against the target group whom are the merchants in the Nhongmon market and the district officers of the district office, including tourists whom visited and shopped at the market.

The research finds the Nhongmon marker was established for many decade. In the beginning the market had been used for intra-exchange by the community and then it had been developed to be opened to the tourists. The Nhongmon market had been extremely developed since the period of the former Priminister Chartchai Chunhawann. In 1997, Nhongmon market had continuously dropped because of the crisis of the Thailand's economics. Then, in the year 2003 to present time, Nhongmon market is in the caution and slow down.

The result of quantitative finds tourists had satisfy in the high level of the various goods that were provided by the shops and they can make bargain for its price and can select the goods and foods with its quality.

The Qhi-Square analyses of the significant variance of tourist's satisfaction against to Nhongmon market are time of journey. It claims to the static mean is 0.05.

The result of qualitative finds the factor of the journey which concern to the accompanies and the vehicles are also impact to the tourist's satisfaction.

Field of study: Human and Social Development Student's signature

Academic year: 2007

Advisor's signature

*Yaowapha Chansorn*  
*Suwattana Thadaniti*