

**THE BORDER MARKET ROLE IN TOURISM PROMOTION:
CHONG MEK BORDER MARKET**

TIPPAWADEE SAREERUANGRONG

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(ENVIRONMENTAL PLANNING FOR COMMUNITY AND
RURAL DEVELOPMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2006**

ISBN 974-04-7485-3

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

บทบาทตลาดชายแดนที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดชายแดนช่องเม็ก
(THE BORDER MARKET ROLE IN TOURISM PROMOTION:CHONG MEK BORDER MARKET)

ทิพพาวดี เสรีเรืองรอง 4637488 ENRD/M

วท.ม. (การวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชุมชนและชนบท)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : สยาม อรุณศรีมรกต, วท.ม., สมพงษ์ ชงไชย, ดร.,
วาสนา วราภักดิ์, ศษ.ม., อนงคนธ์ หัมพานนท์, วท.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดชายแดนช่องเม็กวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อบทบาทของตลาดชายแดนช่องเม็กในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดของตลาดชายแดนช่องเม็ก โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยว 194 ราย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดชายแดนช่องเม็กที่อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย, ร้อยละ, ค่าสูงสุด, ค่าต่ำสุด, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการบรรยาย ผลของการวิจัยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อสินค้าในระดับต่ำ, การบริการในระดับต่ำและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง ลักษณะส่วนบุคคลที่มีนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยด้านสินค้าคืออายุ, สถานภาพสมรส, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านถึงตลาดชายแดนที่ระดับ 0.05 ลักษณะส่วนบุคคลที่มีนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยด้านบริการคืออายุ, สถานภาพสมรส, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านถึงตลาดชายแดนที่ระดับ 0.05 ลักษณะส่วนบุคคลที่มีนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกคืออายุ, สถานภาพสมรสและค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านถึงตลาดชายแดนที่ระดับ 0.05

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจากการพิจารณาจากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด คือเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว, ยกกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว, เปิดประตูการท่องเที่ยวอินโดจีน, รณรงค์การเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์, การปรับปรุงสินค้าที่ระลึก สินค้าพื้นเมืองให้ได้มาตรฐานนักท่องเที่ยวมากขึ้นและการปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาดชายแดน

**THE BORDER MARKET ROLE IN TOURISM PROMOTION:CHONG MEK
BORDER MARKET**

TIPPAWADEE SAREERUANGRONG 4637488 ENRD/M

**M.Sc.(ENVIRONMENTAL PLANNING FOR COMMUNITY AND RURAL
DEVELOPMENT)**

**THESIS ADVISORS: SAYAM AROONSRIMORAKOT, M.Sc.,
SOMPONG THONGCHAI, D.Tech.Ed., WASANA WARAPAK, M.Ed.,
ANONG HAMBANANDA, Ph.D.**

ABSTRACT

This research was conducted as survey research through questionnaires supporting an interview, with the objective of analyzing personal attributes affecting the role of Chong Mek Border Market in tourism promotion. The analysis was done in order to study the strengths, weakness, opportunities and threats of Chong Mek Border Market. A sample of 194 tourists, over 15 years old, who came to visit Chong Mek Border Market was selected. Data analysis was done with the application of Mean, Percentage, Highest and lowest value, Standard Deviation, ANOVA Analysis. Research results were concluded as follows.

Most tourists had opinions toward goods and services at low levels while their opinions regarding facilities were moderate. Goods' personal attributes which had statistical significance were age, marital status, occupation, average monthly income and traveling expenses from home to the Border Market at 0.05. While statistical significance with services were age, marital status and traveling expenses from home to Border Market, at 0.05. Statistically significant factors linked to facilities were age, marital status, and traveling expenses from home to Border Market, at 0.05.

Tourism development guidelines derived from the strengths, weakness, opportunities and threats should be involved with increasing tourism capacity, raising standards of tourism facilities, opening a door to tourism in Indochina, developing suitable rally courses for rally drivers who want to experience the area, improving souvenirs and local goods to meet the standards required by tourists, and better landscaping around Chong Mek Border Market.

**KEY WORDS:ROLES/GOODS/VARIETY, APPEALING, ATTRACTION,
INFORMATION CENTER, SUFFICIENT SHOP**

107 P. ISBN 974-04-7485-3