

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย : ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่
ตลาดนัดสวนจตุจักร
ชื่อผู้วิจัย : อาจารย์กวิณ วงศ์ลีดี และอาจารย์ศิริเพ็ญ เขี่ยมจรรยา
ปีที่ทำการวิจัย : 2555

.....
การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตลาดนัดสวนจตุจักร โดยกำหนดให้ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และ
การศึกษา เป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ และ ให้พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยด้าน
การตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นตัวแปรตาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สุ่มตัวอย่างจากประชากร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังตลาด
นัดจตุจักร จำนวน 400คน โดยวิธีสุ่มตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม
ภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ
วิเคราะห์ความแตกต่างด้วย การทดสอบค่า t - test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way
ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ในด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตลาดนัดจตุจักร พบว่าเป็นเพศ
ชายมากกว่าเพศหญิงในอัตราส่วน 60 ต่อ 40 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-60 ปี มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ผู้สูงอายุน้อยมากเพียงร้อยละ 3.8 เท่านั้น ด้านรายได้พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ประมาณ 20,001-50,000
เหรียญสหรัฐต่อปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากถึงร้อยละ 59.5 และ ส่วนใหญ่เป็น
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศยุโรปเป็นจำนวนร้อยละ 40

2. ในด้านพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตลาดนัดจตุจักร พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกถึงร้อยละ 44 และร้อยละ 25
เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว 2-3 ครั้ง เมื่อถามกลุ่มตัวอย่างเรื่องการมาท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวน
จตุจักรนั้น ร้อยละ 58 ตอบว่าเพิ่งเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดนัดจตุจักรเป็นครั้งแรก และร้อยละ 24 เคยมาแล้ว
2-3ครั้ง เมื่อถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างว่ารู้จักตลาดนัดจตุจักรได้อย่างไร ร้อยละ 62 ตอบว่า
รู้จักจากเพื่อนและญาติมิตร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 78 นิยมเดินทางเป็นกลุ่ม
เล็กหรือเป็นคู่ ส่วนสิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดนัดจตุจักร คือ 1) คำแนะนำจาก
เพื่อนหรือญาติมิตร 2) ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และ 3) ต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่

3. ในด้านความพึงพอใจในการตลาดด้านสินค้าของตลาดนัดสวนจตุจักรโดยสามารถเรียงค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อยได้ดังนี้อันดับแรกคือ ด้านความหลากหลายของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง
ไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านความหลากหลายของสินค้าอยู่ในระดับมากมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อันดับสองคือ ด้านความแปลกใหม่ของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง
ไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านความแปลกใหม่ของสินค้าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.97 อันดับสามคือ ด้านราคาของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาด

นัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านราคาของสินค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อันดับสี่คือ ด้านคุณภาพของตัวสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของตัวสินค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 อันดับห้าคือ ด้านข้อมูลของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านข้อมูลของสินค้าอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

4. ในด้านความพึงพอใจการตลาด ด้านการบริการพบว่า อันดับแรกคือ ด้านการคมนาคมขนส่งสาธารณะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านการคมนาคมขนส่งสาธารณะอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อันดับสองคือ ด้านคุณภาพของริมทางเดิน(ฟุตบอล) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของริมทางเดิน(ฟุตบอล) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 อันดับสามคือ ด้านศูนย์บริการข้อมูลของตลาดนัดสวนจตุจักร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านศูนย์บริการข้อมูลของตลาดนัดสวนจตุจักรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 อันดับสี่คือ ด้านป้ายบอกทางและจุดบริการต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านป้ายบอกทางและจุดบริการต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 อันดับห้าคือ ด้านห้องน้ำสาธารณะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักรมีความพึงพอใจด้านห้องน้ำสาธารณะอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน ในด้านสินค้า และในด้านการบริการ พบว่า แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าของตลาดนัดสวนจตุจักรไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่าว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าของตลาดนัดสวนจตุจักรไม่แตกต่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านการบริการของตลาดนัดสวนจตุจักรไม่แตกต่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยในตลาดนัดสวนจตุจักรไม่แตกต่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในกลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านสินค้าของตลาดนัดสวนจตุจักรไม่แตกต่าง

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านความปลอดภัย ท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตลาดนัดสวนจตุจักร

ABSTRACT

Research Title : Market Factors and Safety Factors of Foreign tourists at Jatujak Market
Author : Mr. Kevin Wongleedee, Miss Siripen Yiamjanya
Year : 2012

.....

The main objective of this research was to study market factors and safety factor of foreign tourists at Jatujak market. While dependent variables were gender, age, income, and levels of education, independent variables included the behavior of foreign tourists at Jatujak market, market factors and safety factors.

The 400 respondents used in this research sampling from the population which were all foreign tourists visiting Jatujak market. English questionnaire was used for collecting the data. Descriptive statistics used in this research included percentage, mean, and standard deviation and the analytical statistics included t-test and one way analysis of variance (ANOVA).

The research results are as follows:

1. In terms of demographic, both male respondents were more than female respondents with the ratio of 60:40. The majority of respondents were between 26-60 years old. There were only a few of senior foreign tourists or about 3.8 percent. The majority had an average income of \$20,001-\$50,000 per annual. Up to 59.5 percent of the respondents had an undergraduate degree. Also, 40 percent of them came from the European Union countries.

2. In terms of foreign tourist behavior at Jatujak market, the majority of respondents visited Thailand the first time about 44 percent and about 25 percent had already visited Thailand 2-3 occasions. When asked about the frequency of visiting Jatujak market, 58 percent said they were at Jatujak market the first time, and 24 percent said they visited Jatujak market at least 2-3 occasions. Up to 62 percent of the respondents said they knew Jatujak market by friends and relatives. In addition, 82 percent of the respondents prefer to travel with small group or couple. For the top three factors that influence their decision to visit Jatujak market were the recommendation from friends and relatives, wanted to have new experience, and wanted to try something new.

3. For the level of satisfaction in products from Jatujak market, these factors can be ranked from the highest mean score to lowest mean score as follows: 1) The variety of the products with the mean score of 4.30, 2) The new and different kinds of products with the mean score of 3.97. 3) The price of the product with the mean score of 3.79. 4) The quality

of the products with the mean score of 3.78. and 5) the information regarding the products with the mean score of 3.33.

4. For the level of satisfaction in services from the shopping and visiting Jatujak market, these factors can be ranked from the highest mean score to the lowest means score as followed: 1) the public transportation with the mean score of 3.80. 2) The quality of foot path with the mean score of 3.39. 3) The information center with the mean score of 3.24. 4) The quality of signs, and information on board with the mean score of 3.18. 5) The service of public restrooms with the mean score of 2.89.

5. The result from the testing hypotheses with independent sample t-test revealed that male and female respondents had no difference in their satisfaction about the product and service. The result of testing hypotheses by using one way ANOVA, foreign tourist in different age group had no difference in their level of satisfaction in term of the service received.

Keywords: Market Factors, Safety Factors, Foreign tourists, Jatujak Market