

บทคัดย่อ

ชื่อวิจัย : ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวจริญญา ตันติวรราชย์ และ นางสาวพัทธนันท์ มั่งมี

หน่วยงาน : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ปี : 2561

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี จำนวน 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามในรูปของ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One - way ANOVA ,Chi - Square test มาใช้ในการทดสอบวัตถุประสงค์งานวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านราคา สินค้า และบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม ยุติธรรม สินค้า ของฝากของที่ระลึกมีความหลากหลายและน่าสนใจ สะอาด รวมถึงมีการบริการเสริมที่สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น นั่งเรือเพื่อเพลิดเพลินไปกับชมวิถีชีวิตริมน้ำที่น่าสนใจ 2) ความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจ ด้านการเอาใจใส่ โดยด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่นั้นสามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ถึงแม้จะมีจำนวนเจ้าหน้าที่ได้ดำนิน้อยแต่นักท่องเที่ยวนั้นยังรับรู้ถึงความปลอดภัยที่เจ้าหน้าที่ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี และมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีความปลอดภัยที่ดี ส่วนเรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาดปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ

คำสำคัญ : ปัจจัยการตัดสินใจ, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวไทย ตลาดคลองสวน 100 ปี

Satisfaction Factors Affecting Thai Tourist's Decision Making on Travelling to
100 Years Klong Suan Market, Bang Bo District, Samutprakarn Province
Miss Jariya Tantiwarachai and Miss Patthanan Mungmee
Faculty of Management Sciences, Rajabhat Thonburi University
2018

This research's objectives were 1) to study factors affecting Thai tourists' decision making on travelling to 100 Years Klong Suan Market 2) to study the Thai tourists' satisfactions who travelled to 100 Years Klong Suan Market 3) to study the guidelines for development of 100 Years Klong Suan Market. The sample group was 400 Thai tourists who travelled to 100 Years Klong Suan Market. The sample group was selected by accidental sampling and then the data were analyzed by using SPSS package application which was used to analyze the questionnaires in forms of percentage, mean, standard deviation, One-way ANOVA and Chi-Square test.

The results of study were found that 1) Factors affecting Thai tourists' decision making on travelling to 100 Years Klong Suan Market were found that the sample group gave precedence to 6 factors i.e. place and approaches, facilities, natural resources and environment, products pricing, marketing promotion services and personal requirements. The sample group gave the first priority to products and services pricing factors which showed that the products and services prices were reasonable and fair, there were varieties of products and souvenirs which were interesting and clean, together with additional services for tourists such as travelling by boats for sightseeing the interesting folkways along riverbanks, 2) the tourists' satisfactions at 100 Years Klong Suan Market were 5 satisfaction aspects i.e. touchable, reliable, responsive, confident aspects and hospitality. The most satisfaction was confidence, since a few staffs could control safety for numerous tourists and they felt safe with the staffs' readiness to take care the tourists and their safety arrangements. Foods, drinks, miscellaneous products and souvenirs at 100 Years Klong Suan Market were clean, safe and hygienic.

Keywords: Decision making factor, satisfaction, Thai tourists in 100 Years Klong Suan Market